



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

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:**

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA

**EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA COMO
HERRAMIENTA SEMIÓTICA EN LA FEDERACIÓN DE BARRIOS
DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2022.**

AUTORA

Panimboza Panimboza Lorena Vanessa

TUTORA

Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade Mgtr.

DOCENTE ESPECIALISTA

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Comunicación organizacional

COMPONENTE DE INVESTIGACIÓN

Comunicación Organizacional y Liderazgo

La Libertad — Ecuador, 2023

TEMA

**EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA COMO
HERRAMIENTA SEMIÓTICA EN LA FEDERACIÓN DE
BARRIOS DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2022.**

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de titulación, va dedicado para mis hijos Karen, Sonia, Luis, Natasha y Miller Osorio Panimboza por ser el motivo y la razón que me han incentivado a continuar con mis estudios profesionales y que esto no solamente que en un sueño sino en una realidad que hoy más que nunca se ve plasmada.

A mi madre María Panimboza por estar siempre a mi lado por preocuparse por mí y por tenerme mucha paciencia dándome siempre la bendición, porque estoy segura que con ella he podido llegar al final de esta carrera.

A mis hermanas, Manuela Panimboza y Mariela Castillo por ser mis acompañantes en las diferentes travesías en ese inter-aprendizaje que hemos conllevado en este proceso y por nunca abandonarme y estar siempre a mi lado.

A mis amistades y familiares que con su apoyo y paciencia han colaborado también en este transcurso y me han motivado a conseguir mis metas y sueños con mucho esfuerzo y dedicación

A mi amigo Marcos Tutiven por ese apoyo, siempre presente en cada proyecto, con la fiel confianza de poder ayudar a mi preparación académica.

Muchas Gracias

Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

DEDICATORIA

En primera instancia agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por darme la oportunidad de ser parte de ella, y formarme como un profesional de calidad en la carrera de comunicación.

A mi difunta madre, Petra Lucía Panimboza que desde el cielo me ha dado la bendición y me ha guiado en el transcurso de este arduo camino, quién también ha sido pilar fundamental en mi motivación con su ejemplo a seguir.

A mí compañero de vida, Jorge Bernis por su apoyo incondicional, por la confianza y por la predisposición de estar allí siempre de mi mano, con la plena confianza de que sus palabras se cumplieron esto es el principio de un gran paso.

Finalmente, A mis queridos docentes de la carrera que con su profesionalismo y enseñanza han podido cultivar en mí este aprendizaje, durante este largo camino, nos impartieron los mejores de sus conocimientos para llegar a este punto de la carrera.

A mis compañeras de preparación profesional Xiomara Solís, Gloria Suárez, Xiomara Torres, Héctor Cruz, Karen Casierra, Fresia Andrade, Moisés Tomalá, pues, con ellos comprendí la confraternidad y la amistad que dentro de la preparación profesional pudo crearse.

Muchas gracias

Lorena Vanessa Panimboza Panimboza



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

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 18 de noviembre de 2023

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

Directora de la Carrera de Comunicación

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que la señorita: **Lorena Vanessa Panimboza Panimboza** con cédula de identidad N°**0921988382** ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de titulación de grado y postgrado de la UPSE (UIC).

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que la señorita: **Lorena Vanessa Panimboza Panimboza**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **El desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la federación de barrios del cantón Salinas, año 2022.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

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

Atentamente,

Docente tutor: Lic. Martha Yesenia Suntaxi Andrade, Mgtr.

Trabajo Integración Curricular II

CI: 0915060677

Correo Institucional: msuntaxi@upse.edu.ec

Cel: 0995045050

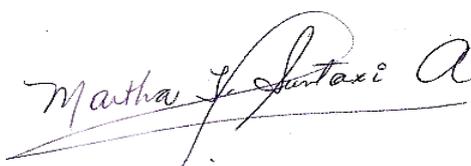
**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



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



**Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade Mgtr.
DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



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



**Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr.
ASISTENTE ADMINISTRATIVO DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



**Panimboza Panimboza Lorena Vanessa
ESTUDIANTE**

DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe: **Lorena Vanessa Panimboza Panimboza** con C.C: **0921988382** estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **El desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la federación de barrios del cantón Salinas, año 2022**. Corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 4 de febrero del 2023

Atentamente.



Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

C.C: 0921988382

Correo Institucional: lorena.panimbozapanimboza@upse.edu.ec

Cel: 0968241238

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA	I
AGRADECIMIENTO.....	II
DEDICATORIA	III
DERECHOS DE AUTORÍA	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES	IX
INDICE DE ANEXOS.....	IX
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	3
1.1. Descripción del problema.....	3
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Preguntas de investigación.....	4
1.4. Justificación.....	5
1.5. Objetivos	5
1.5.1. Objetivo General	5
1.5.2. Objetivos Específicos.....	6
1.6. Hipótesis.....	6
1.7. Variables	6
Independiente	6
Dependiente.....	6
1.8. Matriz de operacionalización de variables	6
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Antecedentes	7
2.2. Marco Conceptual	8
2.2.1. Procesos de comunicación externa.....	8
2.2.2. Feedback en instituciones.....	9
2.2.3. Características de la comunicación externa.....	10
2.2.4. ¿Qué es la semiótica y para qué sirve?.....	11

2.2.5.	Semiótica en la organización comunicacional	12
2.2.6.	Semiótica como identidad cultural	13
2.3.	Marco legal.....	14
3.	CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	16
3.1.	Tipo de investigación	16
3.2.	Enfoque de investigación	16
3.3.	Diseño de investigación	17
3.4.	Métodos de la investigación.....	17
3.5.	Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	18
3.6.	Instrumentos de recolección de datos.....	18
3.7.	Universo, población y muestra.....	18
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	19
4.1.	Procesamiento de la información	19
4.1.1.	Fiabilidad del alfa de Cronbach.....	20
4.2.	Análisis e interpretación de resultados.....	21
4.3.	Discusión de resultados.....	33
4.3.1.	Discusión de la encuesta	33
4.3.2.	Discusión de la entrevista.....	35
	CONCLUSIONES	37
	RECOMENDACIONES	38
	BIBLIOGRAFÍA.....	39
	ANEXOS.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1.</i>	21
-----------------------	----

<i>Tabla 2.</i>	22
<i>Tabla 3.</i>	23
<i>Tabla 4.</i>	24
<i>Tabla 5.</i>	25
<i>Tabla 6.</i>	26
<i>Tabla 7.</i>	27
<i>Tabla 8.</i>	28
<i>Tabla 9.</i>	29
<i>Tabla 10.</i>	30
<i>Tabla 11. Interpretación de la entrevista</i>	31

ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES

<i>Figura 1.</i>	21
<i>Figura 2.</i>	22
<i>Figura 3.</i>	23
<i>Figura 4.</i>	24
<i>Figura 5.</i>	25
<i>Figura 6.</i>	26
<i>Figura 7.</i>	27
<i>Figura 8.</i>	28
<i>Figura 9.</i>	29
<i>Figura 10.</i>	30

INDICE DE ANEXOS

<i>Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables</i>	42
<i>Anexo 2. Instrumento de recopilación de datos</i>	44
<i>Anexo 3. Instrumento de recopilación de datos</i>	45
<i>Anexo 4. Listado de la federación de barrios del cantón Salinas.</i>	53
<i>Anexo 5. Solicitud de autorización</i>	54
<i>Anexo 6. Respuesta de autorización</i>	55
<i>Anexo 7. Reunión con el presidente de la Federación de Barrios del Cantón Salinas.</i> 56	
<i>Anexo 8. Ficha de Encuesta en google forms</i>	56

RESUMEN

En los últimos años el acercamiento que tienen los líderes barriales dentro del núcleo de la federación no es posible debido a la carencia de conocimientos dentro de su cargo. Este proyecto investigación busca “analizar la influencia que tiene el desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la federación de barrios del cantón Salinas”. Por consiguiente, se propone una hipótesis que establece la probabilidad de que la comunicación externa que tiene la federación de barrios del cantón Salinas, mejoraría con la aplicabilidad de las herramientas semióticas cumpliéndose en el desarrollo de la investigación. El enfoque es tipo cuali cuantitativo descriptivo, debe de existir un acercamiento entre los líderes barriales para conocer la perspectiva que tienen sobre las herramientas semióticas y si, su comunicación externa a mejorado en los últimos años o si es necesario su aplicación. Para el procesamiento de información se encuestaron a 72 líderes barriales de las parroquias urbanas y rurales del cantón Salinas y entrevistar a un profesional en sociología. Los resultados demuestran que los líderes barriales están interesados en la aplicabilidad de nuevas estrategias comunicacionales con ayuda de las herramientas semióticas, también es importante que la comunicación externa deba de fortalecer su imagen institucional como Federación.

Palabras Claves: Herramientas Semiótica, Comunicación Organizacional, Identidad Cultural, Liderazgo.

ABSTRACT

In recent years, the rapprochement that neighborhood leaders have within the core of the federation is not possible due to the lack of knowledge within their position. This research project seeks to "analyze the influence of the development of external communication as a semiotic tool in the federation of neighborhoods in the Salinas canton." Therefore, a hypothesis is proposed that establishes the probability that the external communication that the federation of neighborhoods of the Salinas canton has, would improve with the applicability of semiotic tools, being fulfilled in the development of the investigation. The focus is qualitative quantitative descriptive, there must be an approach between neighborhood leaders to know the perspective they have on semiotic tools and if their external communication has improved in recent years or if their application is necessary. For the processing of information, 72 neighborhood leaders from the urban and rural parishes of the Salinas canton were surveyed and a professional in sociology was interviewed. The results show that neighborhood leaders are interested in the applicability of new communication strategies with the help of semiotic tools, it is also important that external communication should strengthen its institutional image as a Federation.

Keywords: Semiotic Tools, Organizational Communication, Cultural Identity, Leadersh.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la federación de barrios del cantón Salinas.

El impulsó a llevar a cabo esta investigación fue por el poco conocimiento en herramientas semióticas dentro de la comunicación organizacional así de esta manera se presenta una ineficiencia tanto en las organizaciones e instituciones públicas se basa en la comunicación externa, puesto que, el contactarse requiere de herramientas semióticas para poder solucionar problemas o involucra la toma de decisiones.

La federación de barrios del cantón Salinas lleva más de 20 años de su creación. Sin embargo, es notable que no se ha mejorado su imagen institucional y la interacción activa que deberían de tener como federación. Se planteó como línea de investigación que la comunicación externa sea su componente más estratégico junto a su rol de Liderazgo.

Como objetivo principal es analizar la influencia que tiene el desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la federación de barrios del cantón Salinas así también se plantearon tres objetivos específicos basados en definir, explicar y sugerir tanto la influencia la importancia de las herramientas semiótica y cómo está se van desarrollando dentro de la Federación de Barrios.

El diseño metodológico que se utilizó para esta investigación es la no experimental puesto que el investigador no manipula las variables que son: herramientas semióticas como dependiente y comunicación externa como independiente, de esta manera, se puede observar una relación entre estas dos variables y se podrían componer bajo planes estratégicos comunicativos dentro de la Federación de Barrios.

La población a estudiar son 73 personas. A los cuales se le aplicó la técnica de la encuesta a 72 líderes para conocer su criterio sobre la importancia de la comunicación externa; además, se entrevistó a un profesional en el área de comunicación organizacional. Es necesario puntualizar que todo este grupo humano son representantes de la Federación de barrios tanto de las parroquias rurales y urbanas; ellos proporcionaron información a través de la aplicación de los siguientes instrumentos:

cuestionario para la encuesta bajo la Escala de Likert y la guía de preguntas para la entrevista.

Se establece en el Capítulo I. La formulación descripción del problema y cómo se podría resolver este tipo de problemática en base a estrategias a considerar más adelante dentro del desarrollo de esta investigación. Se estableció la descripción del problema abarcando en niveles maso, meso y micro. La creación de la formulación del problema y preguntas de investigación que se puedan justificar mediante un objetivo general y objetivos específicos y la creación de la matriz de operacionalización de variables.

Se visualiza que en el Capítulo II, el marco conceptual y legal. Las diversas dimensiones e indicadores creada en la matriz de variables junto a una exhausta búsqueda bibliográfica, también se resalta artículos legales que representan de esta manera la comunicación, la identidad cultural, la semiótica en la organización comunicacional y el uso de mismo.

Se presenta el Capítulo III para determinar el enfoque el diseño, las técnicas y los métodos que se utilizarán dentro de esta investigación. Además, para definir la población o muestra con la que se va a estudiar, designando de esta manera instrumentos que validen las variables planteadas, mediante la recolección de datos que se obtuvo en este trabajo investigativo.

Para concluir el Capítulo IV, se presenta el procesamiento de los datos en base a los instrumentos aplicados a la población, la verificación y la fiabilidad del instrumento de encuesta con la técnica de alfa de cronbach y la interpretación o discusión como las conclusiones y resultados finales dando una respuesta a los objetivos planteados de esta investigación.

1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del problema

La identificación de los problemas comunicacionales que se han generado a través de los tiempos y las consecuencias que trae por varios factores como la alfabetización digital como una causa de que la comunicación externa en ciertos grupos requiera de una comunicación activa externa basados en acciones afirmativas que puedan reforzar la información y la comunicación y evitar así que se presente de manera difusa e incompleta.

En Ecuador existen casos donde las instituciones públicas o comunitarias tiene a su cargo a personas con poco conocimiento en herramientas de apoyo para una comunicación bien establecida, pues, muchos de ellos presentan ineficiencia comunicativa dentro del canal para contactarse con las otras partes involucradas, por lo que, se requiere que las herramientas semióticas puedan estar presentes y solucionar técnicamente este problema.

A pesar de que la Federación de Barrios del Cantón Salinas lleva más de 20 años de creación, no ha mejorado en su imagen institucional y por ende la comunicación organizacional, llevando este dilema a que sea una constante problemática para los directivos. Para ellos es fundamental conocer cuáles son las causas y efectos que hasta ahora no dejan que la federación despunte como organización en pro de la comunidad salinense.

En tal sentido al aplicar el conocimiento que la academia permite, desde el momento de adquirir compromiso con la sociedad y poder contribuir al crecimiento de las organizaciones e instituciones; este planteamiento de problemas ha generado efectos negativos dentro de la federación, la falta de identidad gráfica de la misma ha empeorado la comunicación externa.

Actualmente, el acercamiento de los líderes barriales no es posible, debido a la carencia de conocimiento y practica de los diferentes canales de información que existen en la actualidad, por lo cual, en el cargo de la comisión de directivos, les resulta complicado crear una comunicación eficiente para cada presidente barrial en las actividades para el desarrollo de sus localidades. A esto se considera a los 72 líderes barriales que conforman la federación barrios del cantón Salinas.

La Federación de Barrios del Cantón Salinas entidad que en la actualidad no maneja una línea gráfica definida y quienes por lo general buscan un objetivo una forma de desarrollo mediante redes de apoyo a cada líder barrial manteniendo un vínculo con las parroquias pertenecientes al cantón divididas en Rural (José Luis Tamayo y Anconcito) y Urbanas (Santa Rosa, Vicente Rocafuerte, Enríquez Gallo y Carlos Espinoza Larrea), localidades que deberían considerar importante el fortalecimiento en el conocimiento, fluidez y empoderamiento comunicacional, que va desde una identidad semiótica determinada con símbolos, signos e iconos, los cuales forman un solo concepto visual, hasta sus principales componentes de comunicación cómo son: la comunicación externa, comunicación interna. Estos elementos hacen que tengan su funcionalidad correctamente.

La Federación de Barrios del cantón Salinas es una organización sin fines de lucro que tiene como objetivo servir a sus 17 directivas barriales a mejorar las condiciones de vida de sus moradores. Debido a que no tienen poder de convocatoria no cuentan con canales informativos, identidad semiótica, línea gráfica, promoción de publicidad, medios de convocatoria a sus reuniones, ni manejo de redes sociales. En estos contextos y conociendo que la parte comunicacional y organizacional son fundamentales para toda institución es necesario exponer estos temas y analizar sus posibles soluciones.

1.2. Formulación del problema

De acuerdo a la problemática presentada, la autora plantea la siguiente formulación del problema: ¿Qué influencia tiene el desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la Federación de Barrios del Cantón Salinas, 2022?

1.3. Preguntas de investigación

¿Qué influencia tiene el desarrollo de la comunicación externa en la Federación de Barrios del cantón Salinas?

¿Cuál es la importancia que tiene la herramienta semiótica dentro de la comunicación de la Federación de Barrios del Cantón Salinas?

¿Qué debería sugerir la Federación de Barrios del Cantón Salinas para mejorar la comunicación externa a través de la aplicación de las herramientas semióticas?

1.4. Justificación

Este proyecto de investigación lleva por objetivo que la Federación de Barrios del Cantón Salinas pueda tener una comunicación externa y que identifique los canales de información correctamente para que puedan ser reconocida a nivel cantonal, de esta manera se puede identificar la situación actual de esta organización y su aplicabilidad de conocimientos dentro del núcleo de las ciencias de la comunicación como lo es la semiótica junto a las herramientas de apoyo. Así, dentro del proceso de investigativo se encuentran tales necesidades comunicacionales y la contribución que esta institución podría brindar tras el mejoramiento de las redes de comunicación a falta de una imagen institucional que la represente causando en una ineficacia en la comunicación de los líderes barriales del cantón Salinas

Esta línea de investigación nos indicará en qué estado está la comunicación externa y su componente estratégico, dentro de la misma analizaremos la situación de liderazgo, para esto es importante destacar los parámetros investigativos que nos llevará a la intervención de conocer, porque es importante saber cuáles son estas limitaciones comunicacionales de la Federación de barrios del cantón Salinas.

Por lo tanto, con esta investigación podemos definir cuáles serían las estrategias que se puedan utilizar, para poder dar un análisis y así generar posibles soluciones de esta problemática y ayudar a la institución a que puedan superar estas barreras comunicacionales. Con base a lo que expongan los teóricos en este perfil investigativo, nos ayudarán a centrar más nuestro horizonte de exploración y ampliar las diferentes aristas de las dificultades en la organización.

Lo anteriormente expuesto tanto problema como posible solución, nos da la oportunidad como estudiantes de la carrera de comunicación a desarrollar más las habilidades y competencias para poner en práctica todo lo aprendido en las asignaturas impartidas por los docentes en las aulas, esta investigación tiene como objetivo mejorar las condiciones comunicacionales que en la actualidad tiene la Federación de Barrios de barrios del Cantón Salinas.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Analizar la influencia que tiene el desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la Federación de Barrios del Cantón Salinas.

1.5.2. Objetivos Específicos

1. Explicar la influencia que tiene el desarrollo de la comunicación externa en la Federación de Barrios del Cantón Salinas.
2. Definir la importancia de las herramientas semióticas dentro de la comunicación de la Federación de Barrios del Cantón Salinas.
3. Sugerir qué herramientas semióticas serían aplicables en la comunicación externa de la Federación de Barrios del Cantón Salinas

1.6. Hipótesis

Probablemente la comunicación externa que tiene la Federación de Barrios del cantón Salinas, mejoraría con la aplicabilidad de las herramientas semióticas.

1.7. Variables

Independiente

Comunicación Externa

Graverán, et. al., (2019) manifiestan que la comunicación externa en las organizaciones es una prioridad a trabajar para el logro de los objetivos empresariales, donde una correcta gestión del proceso tiene que sustentarse en documentos normativos y estratégicos (p.30).

Dependiente

Herramienta Semiótica

Para Alvarado (2017) la semiótica es una teoría que concibe la idea de una realidad representada en un conjunto de signos creados por los seres humanos con el objetivo de entenderse unos con otros y entender dicha realidad concebida. De esta manera, los signos pueden ser descritos como ideas, mitos, creencias, etc. (p 68)

1.8. Matriz de operacionalización de variables

La siguiente matriz de operacionalización de variables que aborda la temática planteada se adjunta en el (Anexo 1).

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Referente a esta investigación, Beltramin (2014) menciona en su artículo titulado “Aportes semióticos para la comprensión de la identidad cultural” menciona que, una aproximación en la teoría que tiene por objeto comprender las expresiones culturales en general y su naturaleza simbólica. Al respecto, Beltramin expone:

Este aporte del pragmatismo se ve enriquecido precisamente por el concepto lotmaniano de semiosfera, a través del cual quedan descritos todos los elementos que permiten y a la vez condicionan la generación, tanto de los contenidos que definen una cultura, como la adaptación de aquellos provenientes de otras visiones de mundo (p. 62).

Serrano (2018) publicó su trabajo de maestría cuyo nombre es Semiótica de la quiteñidad en La Ronda, destaca que, “El nivel pragmático implicado en la cooperación interpretativa explora, a su vez, las conexiones pertinentes entre el signo y su contexto y circunstancias de enunciación” (p.93).

En el plano local, Rivadeneira (2017) en su presentación titulada Campaña gráfica de difusión interna de la identidad cultural de los pueblos, destaca que las manifestaciones de identidad y cultura han sido recreadas en sus elementos de representación estética y diseño con la finalidad de impactar a sus espectadores creando un sentido de pertenencia y el despertar de emociones.

El conjunto de características que tiene la semiótica como aporte a la ciencia de la comunicación, plasma una aproximación a la teoría de la identidad cultural junto a sus expresiones simbólicas. Es necesario destacar que se menciona la adaptación y aceptación de los diferentes puntos de vista que tiene la semiótica y su aporte al pragmatismo, puesto que, los signos y contextos para conectar los casos como este se conecta con los espectadores. La estética y diseño forman una parte fundamental para que la identidad cultural sea entendida desde un sentido de pertinencia.

Desde un enfoque teórico se entiende a la comunicación externa también como una comunicación organizacional que establecen mecanismo para agilizar o facilitar el flujo comunicativo a través del canal y mensajes estableciendo técnicas que contribuyan

junto a las conductas que suelen darse dentro de un contexto interno o externo, como lo indica el creador de esta teoría Fernández Collado quien especifica que los actos de las relaciones públicas deben de mantenerse y en su desarrollo poder perfeccionarlo y de esta manera mejorar la imagen corporativa en la organización comunicacional.

2.2. Marco Conceptual

2.2.1. Procesos de comunicación externa

Referente a la comunicación externa, Portillo (2012) muestra la importancia de determinar el desarrollo que causa el proceso de comunicación en una organización de esta manera se puede demostrar el equilibrio estratégico y como este influye en el público exterior.

Para que una organización contemporánea pueda funcionar dentro de una organización depende únicamente de la gestión que las herramientas de comunicación puedan causar. El diseño que se relaciona con un público específico sigue una línea de planes comunicativos dirigidos por empresas enfocada en estudiar el fenómeno social y el recurso humano. Es conveniente comunicar de manera oportuna la transmisión operativo y comunicacional como una eficiencia para cumplir los procesos generados en la comunicación externa.

Es importante mencionar que los objetivos estratégicos son vitales para que el desarrollo de mecanismos donde se establezca un control y seguimiento de las actividades informativas, corrigiendo dinámicas, acciones y políticas informativas dándole viabilidad y eficacia a la organización (UNED , 2017). Es importante reflexionar sobre la importancia que las corporaciones les dan a sus objetivos estratégicos y como estos controlar y realizan tal seguimiento para su cumplimiento.

Según lo establecido por Cevallos, et. al. (2018) el estudio un análisis en las auditorias de comunicación constituyen una gestión para forjar credibilidad y generar eficacia en el proceso de evaluación de la estructura interna de los canales de comunicación y el impacto de los procesos de comunicación en la satisfacción en el trabajo, en la productividad, en el trabajo en equipo, etc. (p. 34). Se debe mantener una interacción en la organización y se debe adaptar el mensaje para los distintos canales dirigido al público externo.

De acuerdo con Bolivar (2014) los modelos integrales y complejos son una manera de proporcionar un análisis pleno de la comunicación externa, puesto que, su

eje comunicativo tiene nuestras percepciones y manera de información más actualizada involucrándose en las redes sociales o medios digitales. Los modelos tienen un flujo de información distinto para mejorar la imagen corporativa.

Menciona Prieto (2017) que la comunicación externa integral tiene que caracterizarse por la forma en la que se ejecuta o labora pues en el área comunicativa tiene fundamentos como el mensaje uniforme que se genera a través de una imagen creada con valores y estilos; adaptación de canales informativos comunicaciones y adaptación temporal para emplear en el público una herramienta que genere impacto de como envía los mensajes si no la importancia del cuando lo hacen.

2.2.2. Feedback en instituciones

Gonzalez (2009) establece que:

Las empresas que invierten en feedback consiguen el ansiado compromiso de sus empleados. Es precisamente ahí donde reside la diferencia en la relación entre gestión de personas y rendimiento. Por todo ello, es crítico para las organizaciones y para sus equipos trabajar por y para la implantación de una cultura de feedback, conscientes de la dificultad del reto, pero con ilusión por los beneficios que su correcta implantación proporcionada (p.22-23).

Según Batalla et al., (2014) se puede caracterizar que “el feedback puede tomar diferentes formas: texto y/o tecnologías multimedia (grabaciones en audio y en video, captura de pantalla con audio, así como la posibilidad de colgar video comprimidos)” (p.93). de esta manera se permitirá analizar las circunstancias dentro del núcleo corporativo y se permitirá fomentar una mejor comunicación.

Por lo expuesto por Gonzalez (2022) indica que el método afectivo aplicado al feedback es un modelo creado para responder a las siglas SCI; situación, comportamiento e impacto. En el caso de las organizaciones permite conocer si la toma de decisiones, en general, ha afectado tanto a sus colaboradores como a su público externo para de esta manera dar solución inmediata y positiva a las partes afectadas.

Es una estrategia que permite permanentemente realizar el seguimiento, orientación, monitorear el proceso, y revisar los resultados obtenidos en un período específico. Su propósito es generar aprendizajes que permitan la mejora continua del rendimiento individual (Huauya et. al., 2021).

2.2.3. Características de la comunicación externa

Enfoque en los objetivos de la organización

Desde el punto de vista de Ruiz, et al. (2019) describe la comunicación externa con un enfoque general para trabajar dentro de las organizaciones de forma que se pueda sustentar de manera formal o escrito, así las nuevas tecnologías se podrían tomar en cuenta como primera línea las plataformas y redes sociales.

Reforzamiento de la imagen Organizacional.

Como afirma Caldas (2016) enfatiza a las identidades gubernamentales contextualizando la comunicación externa como un método para crear lazos y defender la imagen institucional de la organización. Dentro del conjunto de acciones que pueden preverse como agentes exteriores o proveedores de información y de esta manera se refuerzan las relaciones entre la organización.

Validez en las redes de comunicación

Medina (2021) sostiene la importancia de la comunicación externa práctica, pues, resalta la unión o conexión que tiene las empresas y la acción que tiene sus tomas de decisiones pues de esta manera resalta la elaboración de cada mensaje. Las acciones y estrategias pueden lograr los objetivos planteados de cada empresa u organización.

Aporte de habilidades y destrezas en la ejecución de las labores

Interpretando de otra manera Saavedra et al., (2017) expone:

Las empresas que sufren cambios así sean de nivel medianas o pequeñas dentro de los mercados grandes o pequeños, tienen un objetivo de manera competitiva dentro de sus productos o servicios que pueden brindar a la comunidad. Se mide la calidad del servicio y la aptitud del consumidor para esta organización. El énfasis que se debe de dar al recurso humano, es lo primordial pues de esta manera se establecen habilidades y destrezas que el gerente y los colaboradores pueden reforzar, así como la comunicación eficaz para un buen rendimiento laboral

Es por ello que los organismos necesitan una técnica administrativa que asevere el correcto manejo de los canales de interacción con la comunicación exterior, La gestión de una comunicación correcta análisis la situación y problemática que demande una

acción. La comunicación externa tiene una gestión de información que trata de que los asuntos públicos sean bajo una responsabilidad social.

Transparencia al momento de difundir información

Según lo plasmado por Loza Chonillo (2018) se establece que:

La comunicación externa suele tener varios espacios donde las relaciones publicas fluyen, involucrando a una empresa esta busca difundir de manera general la imagen de una organización o corporación (...). Es importante que dentro de exhaustivo trabajo a la hora de mostrar e informar dentro de la corporación o institución los diferentes puntos en una toma de decisión, pues, se demuestra un punto de responsabilidad.

2.2.4. ¿Qué es la semiótica y para qué sirve?

Alvarado (2017) explica que, la semiótica es una teoría que concibe la idea de una realidad representada en un conjunto de signos creados por los seres humanos con el objetivo de entenderse unos con otros y entender dicha realidad concebida. De esta manera, los signos pueden ser descritos como ideas, mitos, creencias, etc. Estas tienden a tener su propia representación e interpretación.

La aparición de la semiótica no es reciente, ni sus estudios fundamentales, por lo que Santana (2020) describe:

En la antigüedad, los estoicos sobresalieron en lógica y semántica y fueron los primeros en presentar una semiótica propiamente dicha, es decir, una teoría general del signo de la cual el signo lingüístico era solo una parte. Su fundador, Zenón de Citio, inicio lo entonces llamado lógica de los Megáricos. Fue sustituido luego por Diodoro Crono y Crisipo de Soli, quien sistematiza la teoría estoica.

Esta teoría introduce tres cosas relacionadas entre sí: Lo significado (semainomenon) la cosa misma que se manifiesta mediante el sonido; Lo significante (semainon) el sonido mismo; El objeto (tynjanon): lo que existe en el exterior. Así el signo y el objeto son cosas físicas; en cambio el lekton no es un objeto físico ni tampoco pensado, es entonces abstracto, con subsistencia propia. De aquí se observa que la teoría estoica retiene algo de platonismo y algo de aristotelismo. Del primero mantiene la entidad ideal y abstracta, del segundo la existencia de un objeto que designa el signo (p.2).

Santana describe los pilares fundamentales de la semiótica entendidos como objeto, significado y significante. Factores que dan inicio a la triada de Charles Peirce y que tiene como objetivo entender la realidad.

No obstante, Bianchi (2017) expresa que además de estos tres factores, dentro de la semiótica existe una manifestación de discursos referentes a su naturaleza colectiva, es decir el contexto. La estrecha relación que tiene la semiótica con la comunicación es particular por la clase de métodos y la transmisión de los lenguajes complejos dentro del flujo comunicativo.

Las clases de signos tienen que ver con los tipos de signos lingüísticos empleados en la comunicación. De esta manera se destacan el signo gráfico, gestual o mímico y la lengua, que tiene que ver con el lenguaje oral (Pinedo, 1991). Los signos con los que se involucra a la semiótica, ayuda a comprender de mejor manera el sentido o el significado de los receptores de información.

2.2.5. Semiótica en la organización comunicacional

En ese mismo contexto, Issa & Lozano (2011) afirman que:

Desde la perspectiva semiótica, toda experiencia humana es una experiencia sígnica. Partiendo de esta premisa, la organización se constituye en una realidad simbólica asentada en el lenguaje; en otras palabras, una red significa generadora de imaginarios sociales indispensables en el fortalecimiento de la cultura y la identidad de la organización (p.93).

De esta manera, la importancia de la semiótica organizacional radica en que genera un sentido de pertenencia entre los individuos y la organización, relación que se fortalece por características de la realidad de los signos lingüísticos adaptados a un contexto en común.

Por otro lado, frente a este precepto, Pérez (2008) menciona a la narratología cultural como un entorno que debe tener en cuenta elementos verbales y visuales. “Así como las secuencias de sintagmas pertenecientes a un ámbito cultural, por ejemplo, la indumentaria, puesto en relación con sintagmas de otros ámbitos y de otra substancia del significante” (p.56).

Dicho de otro modo, según García (2005), la identidad corporativa de una organización está sustentada en un conjunto de signos que despiertan un sistema de

valores que caracterizarán a dicha organización. Se verifica la importancia del uso de los signos en una red comunicativa de la corporación. Se puede definir que la identidad corporativa tiene instrumentos de transmisión auditivo y visual para demostrar la personalidad y valor de quienes trata de formar un canal informativo.

En este plano, los indicadores de reputación según Orozco & Ferre (2019) “se construyen desde el reconocimiento de los valores intangibles hasta la estrategia corporativa que se implemente” (p.232). Estos intangibles tienen que ver con una identidad corporativa bien establecida, una estrategia idónea y comunicación transparente.

2.2.6. Semiótica como identidad cultural

Al respecto de la identidad cultural, “se ha ido generando una suerte de convergencia interdisciplinaria en relación al concepto amplio de cultura, entendida como un conjunto de sistemas de significación compleja, a través de las cuales se regula el funcionamiento de las sociedades” (Beltramin, 2014, p.48).

Al mencionar la significación como parte de un proceso, se denota la apropiación de una cultura apegada a costumbres construidas por el ser humano, cuya importancia radica en la originalidad de cada una de las aproximaciones consideradas como tradiciones en las sociedades del mundo.

Desde aquí, se puede mencionar una semiosis social que “expone la condición económico-política de las prácticas significantes que materializan la comunicación humana” Gaínza (1999). La reproducción constante de estas condiciones convierte a la semiosis social en un género discursivo determinado por su naturaleza histórica.

Según a por lo que plantea Ferro (2015):

La cultura ha tomado como base conceptos antropológicos desde sus profundos estudios e interpretaciones. Se construye en los orígenes ancestrales, se manifiesta como parte de la cultura popular (...) Los seres humanos en este pertenecer y no pertenecer van creando un sentido de identidad como parte de su supervivencia (p.4).

De acuerdo con Rodriguez (1990) los iconos son signos que representan una semejanza con el objeto real; mientras que los índices son signos que no destacan la parte sensorial de un objeto. Para fines analíticos establecen signos como imágenes,

sonidos o palabras que los propios emisores les dan a la información. Se involucran al significante que representa la forma de material de signos y el significado que es el concepto que puede representar a la información.

Es importante recalcar que los canales de información dentro de una organización son vitales para que el circuito comunicativo. “permite dinamiza, animar las acciones individuales y colectivas para generar la integración de esfuerzos y el fortalecimiento y desarrollo de la institución” (Ramos et al., 2017, pág. 56).

2.3. Marco legal

La UNESCO y la Declaración Universal de Derechos Humanos, art. 27;19, 2021

Art.27.- Derecho a participar en la vida cultural

El acceso a la cultura y la posibilidad de disfrutarla sin temor a repercusiones son condiciones necesarias para garantizar el derecho a participar en la vida cultura. La vida cultural se manifiesta en la comunicación, las expresiones y las tradiciones cotidianas (...).

Art.19.- Derecho a la libertad de opinión y de expresión

El derecho a la comunicación es un derecho humano fundamental que sustenta la esencia misma de la democracia, y es un factor clave en el cumplimiento de otros derechos (...) Incluye el derecho a tener opinión sin interferencias y a buscar, recibir y difundir información e ideas a través de cualquier medio de comunicación y sin consideración de fronteras.

Constitución de la República del Ecuador, art. 30; 31, 2008

Art. 30.- las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica.

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.

Ley Orgánica de Comunicación, art. 2; 12, 2013,

Art. 2.- Titularidad y exigibilidad de los derechos. - Son titulares de los derechos establecidos en esta Ley, individual o colectivamente, todas las personas ecuatorianas y extranjeras que se encuentren en el territorio nacional, sin importar su cargo o función en la gestión pública o la actividad privada, así como los nacionales que residen en el exterior en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

Los derechos y garantías establecidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador, la Constitución o la presente Ley serán de directa e inmediata aplicación por y ante cualquier servidora o servidor público, administrativo o judicial de oficio o a petición de parte.

Art. 12.- Principio de democratización de la comunicación e información.- Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación, propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la comunicación democrática, mediante el ejercicio de los derechos de comunicación y libertad de expresión, el acceso equitativo a la propiedad de los medios de comunicación, creación de medios de comunicación, generación de espacios de participación y al acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los medios de radio y televisión abierta y por suscripción.

Estatutos de la Federación/Confederación art. 36, 2010

Art. 36.- Representación: La representación legal, judicial y extrajudicial de la Federación/Confederación la ejercerá el presidente/secretario general (como se acuerde denominarlo) de la Organización.

Según Código Orgánico de Organización Territorial (2019) especifica la identidad cultural en los siguientes artículos:

Art.3.- Ejercicio de la autoridad y las potestades públicas de los gobiernos autónomos descentralizados se regirán por los siguientes principios según en el literal h) sustentabilidad del desarrollo. -

Los gobiernos autónomos descentralizados priorizarán las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el

desarrollo y mejorar el bienestar de la población, e impulsarán el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios.

Art. 144.- Ejercicio de la competencia de preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural. -

Los gobiernos autónomos descentralizados municipales podrán mediante convenios, gestionar concurrente con otros niveles de gobiernos las competencias de preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio cultural material e inmaterial (...) corresponde a las categorías: lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales; las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos sitios naturales o que tengan valor histórico.

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

La finalidad que tiene esta investigación es crear argumentos fructíferos sobre la semiótica y la importancia que dirigentes de la Federación de Barrios del Cantón Salinas pueden brindar.

3.1. Tipo de investigación

Según lo establece Lozada (2014) La generación de conocimientos a la investigación aplicada tiene un estudio directo que analiza los problemas de la sociedad y el sector productivo fundamentalmente se encuentra hallazgos tecnológicos de la investigación básica sin embargo ocupa un proceso de enlace entre la teoría y el producto.

El nivel de investigación aplicada de este estudio identifica la semiótica como un componente de signos insignias e iconos. Se tomaron en cuenta las ideas que surgieron de los dirigentes de la Federación de barrios del cantón Salinas. Siguiendo este proceso se puede generar un hallazgo de la problemática encontrada en la población a estudiar.

3.2. Enfoque de investigación

El enfoque metodológico aplicar es el cuali cuantitativo teniendo en cuenta lo que define Sampieri, et al., (2017):

“Una investigación mixta implican un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema”

Se utilizará el enfoque cuali cuantitativo, donde la población a estudiar podrá participar por medio de los instrumentos: cuantitativo (encuesta) a los presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas y cualitativo (entrevista) dirigido a experto de la investigación

Se destaca una metodología inductiva, como lo señala Rodríguez et. al., (2017): es una forma de razonamiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja las generalidades de fenómenos individuales. De esta forma, se basa en el estudio de los hechos de la realidad y busca patrones en común para alcanzar sus propias conclusiones.

3.3. Diseño de investigación

La presente investigación tiene por objetivo analizar la comunicación externa y la identidad semiótica de la Federación de Barrios del cantón Salinas, para el mejoramiento de la comunicación organizacional de la institución.

“Se esboza un diseño *metodológico no experimental*, debido a que no, existe manipulación de las variables y los hechos son visibles en su naturaleza para ser desarrollados al final” (Arispe, et al., 2020).

Este trabajo investigativo, se reconoce una investigación de tipo descriptiva, se reconstruyen según Sánchez, (2013) “aspectos fundamentales de un fenómeno. Se nutren de una información sistemática, que puede ser cronológica, y que muchas veces es la tarea previa (organización de un relevamiento) a un trabajo propiamente teórico” (p.41).

3.4. Métodos de la investigación

Método Bibliográfico. –

Se aplica bajo fundamentos teóricos la construcción de esta información en base de la semiótica y la importancia que tiene el surgimiento de parámetros de la comunicación externa.

Método Etnográfico. –

Basada en factores gráficos y culturales llevan atribuir al estudio de los dirigentes barriales, por lo cual, es importante conocer los problemas visualizado de la desorganización jerárquica que puede estar existiendo en la construcción de la identidad de la Federación de barrios del cantón Salinas.

3.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

La técnica aplicada es la entrevista a través del instrumento guía de preguntas semiestructura. De acuerdo con Diaz et al., (2013) define que:

“Las preguntas se fijan de como una fuente fidedigna, con un determinado orden y contiene un conjunto de categorías u opciones para que el sujeto elija. Se aplica en forma rígida a todos los sujetos del estudio (p.163).

La aplicabilidad de la segunda técnica de recolección de datos es la encuesta que permitirá una aplicación más directa y masiva mediante técnicas del muestreo o población escogido para detallar de manera más extensiva los resultados de la población escogida (Casas et al., 2003, p. 528). Esto refiere a que a través de la encuesta se pueden equilibrar y profundizar varios temas al mismo tiempo.

3.6. Instrumentos de recolección de datos

Dadas las descripciones de los como instrumentos de recolección de datos al cuestionario se detalla a continuación:

La guía de preguntas de la entrevista constará de 4 ítems basadas en obtener una respuesta del objetivo específico planteado de esta investigación y se ejecutará mediante la plataforma ZOOM.

En lo que respecta al cuestionario de la ficha de encuesta, esté reflejará preguntas de opción múltiple para que puedan responder de manera práctica y precisa las preguntas planteadas que serán valoradas según la escala de Likert donde se especifica que: Totalmente de acuerdo (5); De acuerdo (4); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3); en Desacuerdo (2); Totalmente en desacuerdo (1).

3.7. Universo, población y muestra

Esta investigación ha seleccionado al cantón Salinas con una población total de 68,675 habitantes (INEC, 2010). Sin embargo, para esta investigación se utilizará una población finita heterogénea con los 72 representantes de la federación de barrios

donde se realizó un listado entre las parroquias urbanas y rurales del cantón Salinas que serán participes de la encuesta (Anexo 4.) y 1 profesional en el área de esta investigación resaltando un total de 73 participantes como población registrada.

Cuadro 1.

Muestra de la población a estudiar

Cantidad	Muestra	Instrumento
72	Directivos de la cabecera cantonal Parroquias Rurales y Urbanas del Cantón Salinas	Encuesta
1	Profesional en la Materia	Entrevista Semiestructurada
73	TOTAL	

Fuente: Técnica de metodología de investigación y análisis de datos.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Procesamiento de la información

Para la recolección de datos fue importante tomar como primer instrumento la encuesta quienes fueron participes 72 líderes barriales entre las parroquias rurales como: José Luis Tamayo, Anconcito y Parroquias Urbanas como general Alberto Enríquez Gallo, Carlos Espinosa Larrea, Santa Rosa y Vicente Rocafuerte pertenecientes a la federación de barrios del Cantón Salinas.

Como objetivo de este instrumento se podrá analizar y deducir desde su ideario como la semiótica y la comunicación externa, puede llegar a mejorar la comunicación dentro de la federación de barrios y sus puntos de vista sobre estrategias comunicativas organizacionales entre la comunidad y los lideres barriales para mejorar la convivencia y el flujo de información dentro del cantón Salinas. La encuesta se ejecutará mediante Google Forms de manera virtual donde se facilitó el link por la red social WhatsApp difundida a los presidentes barriales de cada parroquia rural y urbana del cantón.

El procesamiento de los datos fue mediante el programa IBM SPSS Statistics donde se obtuvo la tabla de frecuencia y gráficos (pastel) para figurar los porcentajes.

Se escogió dicho programa puesto que, el cuestionario fue realizado bajo la escala de Likert.

Como segundo instrumento cualitativo se utilizó la entrevista para lograr conocer desde una perspectiva profesional sobre la investigación planteada. La guía que está constituida por 5 preguntas adaptadas a los 3 expertos en el estudio como lo son: sociólogo, diseñador gráfico y tecnólogo en comunicación. Se ejecutará un análisis de cada uno de los profesionales para conocer puntos relevantes desde su experiencia sobre esta investigación y si la propuesta planteada es viable para la federación de barrio del cantón Salinas.

4.1.1. Fiabilidad del alfa de Cronbach

Según Tuapanta et al., (2017) define que:

El alfa de Cronbach surge por la administración de los instrumentos cuantitativos utilizados en para la investigación, las cuales se generan valores que permitan una medición necesaria cuando se utiliza la escala de Likert. El valor de prueba de fiabilidad muy alta dentro del coeficiente del alfa de Cronbach debe tener mínimo un 0,8 mientras que 0,7 es una fiabilidad admisible.

Seguidamente, se presenta el resultado de fiabilidad del instrumento cualitativo, la encuesta que fue dirigida por los representantes barriales de la federación de barrios del cantón Salinas.

Cuadro 2.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach 0,901

Fuente: Análisis de fiabilidad mediante el programa estadístico SPSS

Se expresa dentro del análisis de fiabilidad con la información rescatada de las encuestas, se obtuvo como resultado 0,901 que demuestra una fiabilidad muy alta como instrumento, de acuerdo a este porcentaje se procede hacer las interpretaciones.

4.2. Análisis e interpretación de resultados

Tabla 1.

¿Usted cree que la organización comunicacional mejora la comunicación interna y externa de la federación de barrios del cantón Salinas?

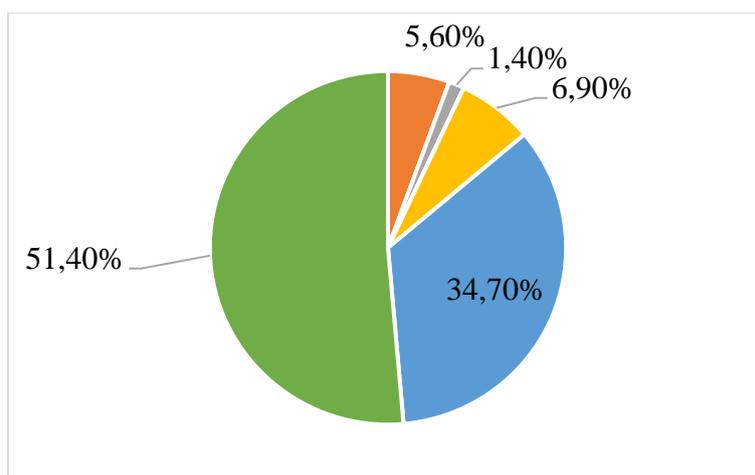
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	4	5,6%
En Desacuerdo	1	1,4%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	6,9%
De acuerdo	25	34,7%
Totalmente de acuerdo	37	51,4%
Total	72	100,0%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 1.

¿Usted cree que la organización comunicacional mejora la comunicación interna y externa de la federación de barrios del cantón Salinas?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera. Totalmente en desacuerdo (4) equivalente al 5,6%, En desacuerdo (1) que corresponde al 1,4%. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (5) con un porcentaje del 6,9%. De acuerdo (25), perteneciente al 34,7%. Totalmente de acuerdo (37) correspondiente al 51,4%. Los datos obtenidos en la escala Totalmente de acuerdo, podemos observar que para el 51,4% de los encuestados opina que la organización comunicacional mejora la comunicación interna y externa en la federación de barrios del cantón Salinas.

Tabla 2.

¿Cree que la federación de barrios debe mantener un feedback con su público externo?

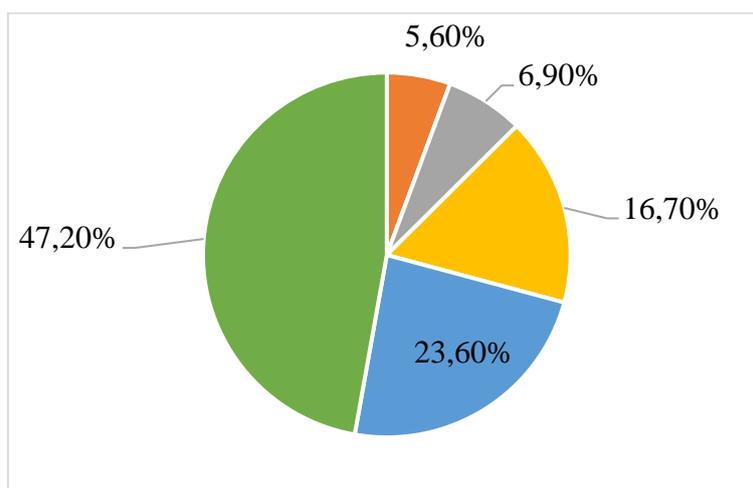
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	4	5,6%
En Desacuerdo	5	6,9%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	16,7%
De acuerdo	17	23,6%
Totalmente de acuerdo	34	47,2%
Total	72	100%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 2.

¿Cree que la federación de barrios debe mantener un feedback con su público externo?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: Los encuestados según la tabla 2. Totalmente en desacuerdo (4) equivalente al 5,6%, En desacuerdo (5) que corresponde al 6,9%. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (12) con un porcentaje del 16,7%. De acuerdo (17), perteneciente al 23,6%. Totalmente de acuerdo (34) correspondiente al 47,2 %. Los datos obtenidos en la escala Totalmente de acuerdo, podemos observar que para el 47,2% de la población encuestada, dice que la federación de barrios debe mantener un feedback con su público externo.

Tabla 3.

¿Los modelos de comunicación externa deberían ser aplicada según la necesidad de la federación de barrios?

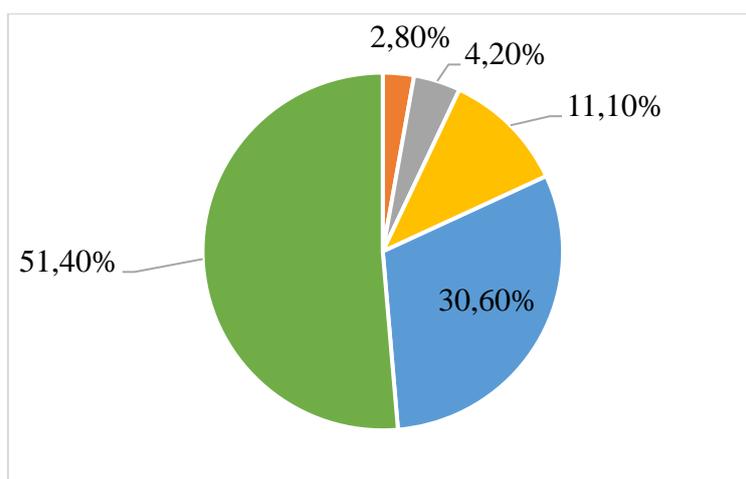
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	2	2,8%
En Desacuerdo	3	4,2%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	11,1%
De acuerdo	22	30,6%
Totalmente de acuerdo	37	51,4%
Total	72	100%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 3.

¿Los modelos de comunicación externa deberían ser aplicada según la necesidad de la federación de barrios?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: los resultados de la tabla 3. Totalmente en desacuerdo (2) equivalente al 2,8%, En desacuerdo (3) que corresponde al 4,2%. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (8) con un porcentaje del 11,1%. De acuerdo (22), perteneciente al 30,6%. Totalmente de acuerdo (37) correspondiente al 51,4%. Los datos obtenidos en la escala Totalmente de acuerdo, podemos observar que para el 51,4% de la población encuestada, afirma que los modelos de comunicación, deben ser aplicadas según las necesidades de la federación de barrios.

Tabla 4.

¿Los métodos aplicados en la comunicación de la federación de barrios es la correcta para interactuar con la comunidad de cada barrio?

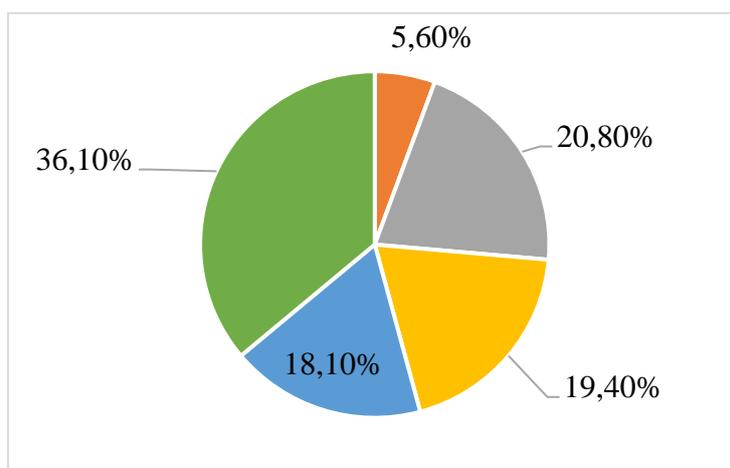
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	4	5,6%
En Desacuerdo	15	20,8%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14	19,4%
De acuerdo	13	18,1%
Totalmente de acuerdo	26	36,1%
Total	72	100%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 4.

¿Los métodos aplicados en la comunicación de la federación de barrios es la correcta para interactuar con la comunidad de cada barrio?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera según la tabla 4.

Totalmente en desacuerdo (4) equivalente al 5,6%, En desacuerdo (15) que corresponde al 20,8%. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (14) con un porcentaje del 19,4%. De acuerdo (13), perteneciente al 18,1%. Los datos obtenidos en la escala Totalmente de acuerdo, podemos observar que para el 36,1 % de la población encuestada, manifiesta que los métodos de comunicación empleados por la federación de barrio para lograr son los necesarios para lograr la interacción con las comunidades que esta representa.

Tabla 5.

¿Está usted de acuerdo que la federación de barrios debe implementar un plan estratégico de comunicación externa entre líderes barriales para un mejor liderazgo?

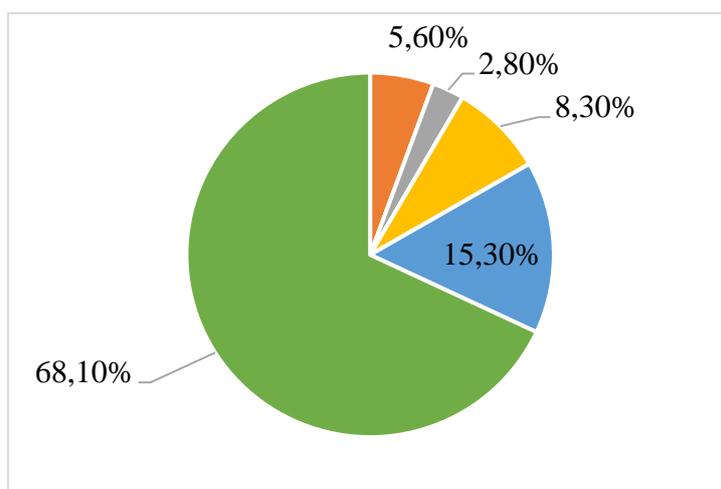
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	4	5,6%
En Desacuerdo	2	2,8%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	8,3%
De acuerdo	11	15,3%
Totalmente de acuerdo	49	68,1%
Total	72	100%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 5.

¿Está usted de acuerdo que la federación de barrios debe implementar un plan estratégico de comunicación externa entre líderes barriales para un mejor liderazgo?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: De acuerdo a la tabla 5, el Totalmente en desacuerdo (4) equivalente al 5,6%, En desacuerdo (2) que corresponde al 2,8%. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (6) con un porcentaje del 8,3%. De acuerdo (11), perteneciente al 15,3%. Totalmente de acuerdo (49) correspondiente al 68,1 %. Los datos obtenidos en la escala Totalmente de acuerdo, podemos observar que para el 68,1 %. de la población encuestada, expresa que la federación de barrios debe implementar planes estratégicos de comunicación externa entre líderes barriales para formar mejores técnicas de liderazgo.

Tabla 6.

¿Considera que la semiótica corresponde como estrategia comunicativa para mejorar las habilidades y destrezas de los representantes de la federación de barrios?

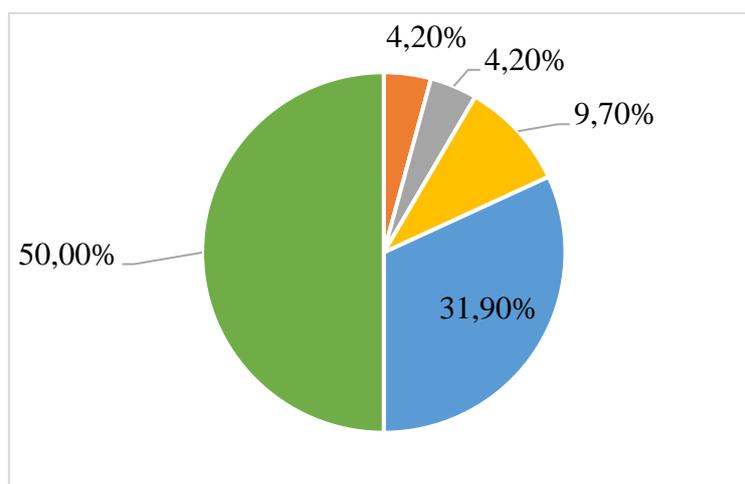
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	3	4,2%
En Desacuerdo	3	4,2%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	9,7%
De acuerdo	23	31,9%
Totalmente de acuerdo	36	50,0%
Total	72	100%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 6.

¿Considera que la semiótica corresponde como estrategia comunicativa para mejorar las habilidades y destrezas de los representantes de la federación de barrios?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: Según los datos recabados por la tabla, asegura que totalmente en desacuerdo (3); corresponde 4,20%; En desacuerdo (3) con un porcentaje 4,20%; Ni de acuerdo ni en desacuerdo (7) representa a un 9,7%; de acuerdo (23) con un 31,9% y por última instancia totalmente de acuerdo (36) con un 50% de que se promulga una estrategia comunicativa para que se den a conocer las habilidades y destrezas de los representantes de la Federación de barrios.

Tabla 7.

¿Los iconos son parte de las gráficas en la semiótica que permiten potenciar la identidad gráfica de la federación de barrios?

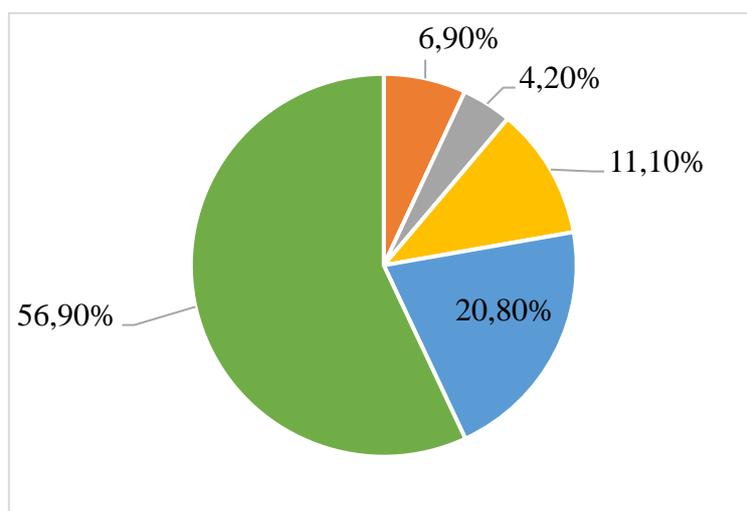
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	5	6,9%
En Desacuerdo	3	4,2%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	11,1%
De acuerdo	15	20,8%
Totalmente de acuerdo	41	56,9%
Total	72	100%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 7.

¿Los iconos son parte de las gráficas en la semiótica que permiten potenciar la identidad gráfica de la federación de barrios?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: De acuerdo a la tabla 7, muestra que totalmente en desacuerdo (5) corresponde 6,90%; En desacuerdo (3) con un porcentaje 4,20%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (8) 11,10%; de acuerdo (15) con un 20,80% y por ultimo una cifra considerada que muestra que están totalmente de acuerdo (41) con un 56,90% de potenciar la identidad de la Federación mediante graficas o iconos de llamen la atención y de esta manera se desarrolla la semiótica en la comunicación de la federación barrial y su comunidad en totalidad.

Tabla 8.

¿Aplicar dentro de la organización un plan para mejorar la comunicación externa de la federación de barrios sería oportuno mediante códigos de lenguaje entendibles para facilitar la información?

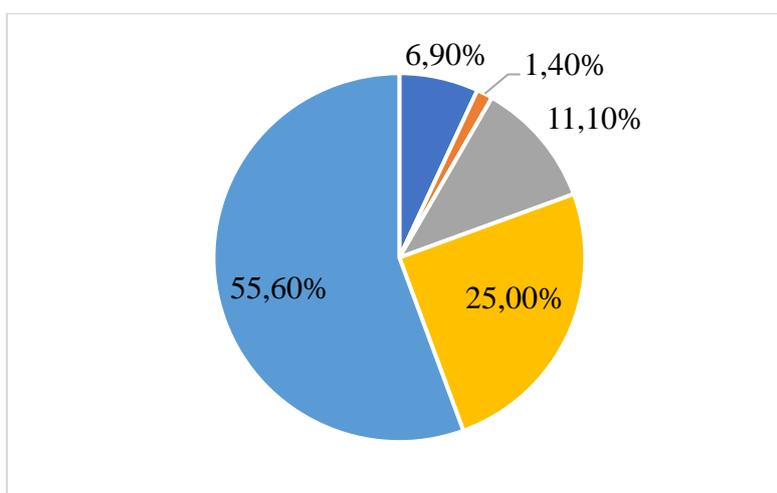
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	5	6,9%
En Desacuerdo	1	1,4%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	11,1%
De acuerdo	18	25,0%
Totalmente de acuerdo	40	55,6%
Total	72	100%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 8.

¿Aplicar dentro de la organización un plan para mejorar la comunicación externa de la federación de barrios sería oportuno mediante códigos de lenguaje entendibles para facilitar la información?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: Los datos obtenidos en la tabla 8, muestra que totalmente en desacuerdo (5) corresponde 6,90%; En desacuerdo (1) con un porcentaje 1,40%; Ni de acuerdo ni en desacuerdo (8) representa a un 11,10%; de acuerdo (18) por 25,0% y una cifra considerada que muestra que están totalmente de acuerdo (40) con un 55,60% con la aplicabilidad de códigos de lenguaje oportunos para mejorar la comunicación entre barrios y facilitar la información.

Tabla 9.

¿La reputación y organización de la federación de barrios son conocidas por todos los dirigentes?

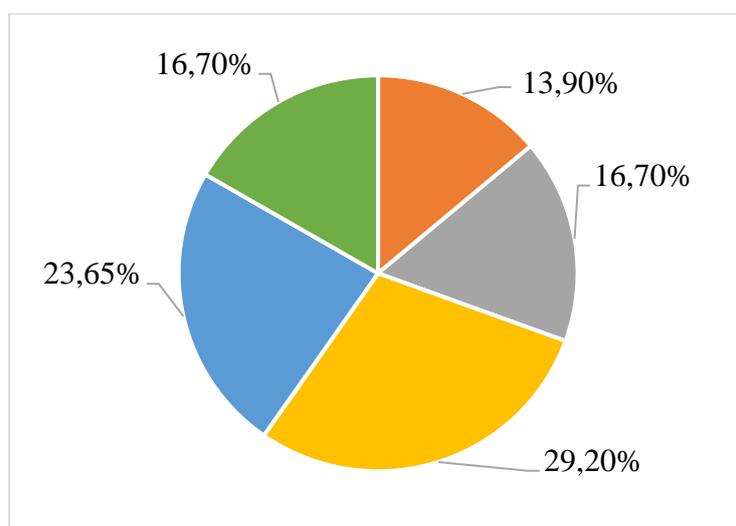
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	10	13,9%
En Desacuerdo	12	16,7%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	29,2%
De acuerdo	17	23,65%
Totalmente de acuerdo	12	16,7%
Total	72	100%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 9.

¿La reputación y organización de la federación de barrios son conocidas por todos los dirigentes?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: Se presenta en la tabla 9, muestra que totalmente en desacuerdo (10) corresponde 13,90%; En desacuerdo (12) con un porcentaje 16,70%; Ni de acuerdo ni en desacuerdo (21) representa a un 29,20%; se considera importante pues los líderes barriales reconocer que la reputación y organización suelen ser desconocidas por los dirigentes, de acuerdo (17) con un porcentaje de 16,7% y totalmente de acuerdo (12) con un 16,70%.

Tabla 10.

¿Supone usted que la identidad cultural es importante para agilizar los canales de información de la federación de barrios del cantón Salinas?

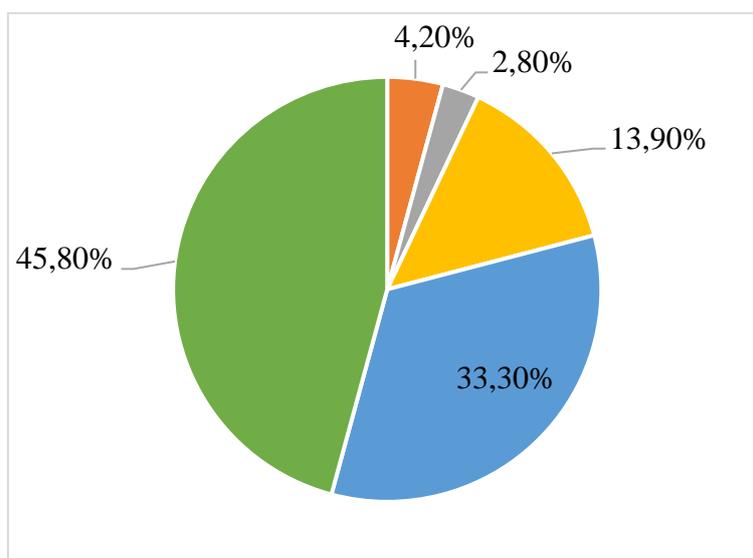
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo.	3	4,2%
En Desacuerdo	2	2,8%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	13,9%
De acuerdo	24	33,3%
Totalmente de acuerdo	33	45,8%
Total	72	100%

Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Figura 10.

¿Supone usted que la identidad cultural es importante para agilizar los canales de información de la federación de barrios del cantón Salinas?



Fuente: Presidentes de la federación de barrios del cantón Salinas.

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Análisis: De acuerdo a la tabla 10, muestra que totalmente en desacuerdo (3) corresponde 4,20%; En desacuerdo (2) con un porcentaje 2,80%; Ni de acuerdo ni en desacuerdo (10) representa a un 13,90%; De acuerdo (24) señalan un 33,30% y es importante mencionar que están totalmente de acuerdo (33) con un 45,80% que se agilice los canales de información para que los barrios puedan resaltar su identidad cultural.

Tabla 11. Interpretación de la entrevista

Entrevistador: Panimboza Panimboza	Lorena	Entrevistado: Juan Diego Terán Profesional en sociología	Fecha: 28 de enero del 2023
Preguntas	Análisis Cualitativo	Observación	
1. ¿Cuáles son los aspectos más importantes al momento de la creación de una identidad grafica de una institución y como induce esta al reconocimiento institucional?	El profesional establece que hay que desarrollar actividades donde se puedan permanecer un contacto directo con los dirigentes de la organización o la federación de barrios para que de esta manera sea representativa la imagen de la organización es importante Resaltar los elementos técnicos que deberían de tomar para el desarrollo de sus localidades.	La comunicación organizacional tiende a presentar una imagen, pero en muchos casos esta no suele ser representativa, según (Caldas, 2016) es necesario tener elementos visuales que reflejen no solo la participación activa de la federación si no buscar un sintagma perteneciente al ámbito cultural dentro de la comunicación externa.	
2. ¿Por qué es relevante que las organizaciones cuenten con una identidad gráfica, como beneficiarían a la comunicación de la institución?	Los líderes variables deberían establecer constante reuniones para que se den a conocer las necesidades y trabajar en un grupo para que de esta manera se produzca producto comunicacional y el apoderamiento de cada uno de los líderes barriales.	Como característica importante de la comunicación externe es reforzar esas habilidades o destrezas en este caso de los lideres barriales deben cumplir como su función es tratar de llegar a la comunidad teniendo activo su recurso humano y de esta manera se pierde la eficacia para un método asertivo como lo menciona (Saavedra et al., 2017).	
3. ¿Cuáles serían los modelos comunicacionales que debe tener la federación de barrios y como se aplicarían a las mejoras de una comunicación externa?	Resalta varios puntos donde Establece que es importante mantener una comunicación mediante programas radiales, volantes comunicacionales o redes sociales y así la comunicación esté mucho más activa dentro del cantón para saber las necesidades y toma de decisiones.	Las clases de signos o códigos que se pueden emplear en una comunicación para que esta sea más actividad de acuerdo a como lo menciona (Pinedo, 1991), se vincula con lo que menciona el sociólogo pues importante trabajar en estos instrumentos para una comunicación más activa y directa.	

4. El plan comunicacional es un instrumento con características importantes para mejorar la forma de comunicar de la federación de barrios. ¿Cuáles sería las características que este debe cumplir?
- Menciona la importancia que tienen las redes sociales que de esta manera la información puede ser un poco más precisa y clara al momento de comunicar las herramientas comunicacionales y de esta manera la objetividad que puede tener el manejo responsable de por los líderes barriales
- Como lo indica (Ramos et al., 2017) el circuito comunicativo tiene que dinamizar, animar a las acciones para fortalecer la integración de la federación y es importante utilizar las redes sociales para que tomar estas herramientas y desarrollar esos canales de información para mayor comprensión y acercamientos para alguna toma de decisión.

Fuente: Entrevista a experto en la materia a investigar en el área de sociología

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

4.3. Discusión de resultados

4.3.1. Discusión de la encuesta

Se presentan los hallazgos encontrados en el análisis cuantitativo con el instrumento de la encuesta y explicando la influencia que tiene el desarrollo de la comunicación externa en la federación de barrios dando respuesta así a los objetivos planteados en esta investigación.

En respuesta a la primera pregunta. Se trata de establecer la organización comunicacional para optimar la comunicación externa de la Federación de barrios del cantón Salinas tiene un porcentaje equivalente y muy significativo de 51,4% de quienes están totalmente de acuerdo de que este tipo de organización pueda mejorar sin embargo existe un equivalente al 5,6 % que están totalmente en desacuerdo puede observarse que los líderes barriales no están interesados, ni le dan importancia a que se mejore la comunicación interna y externa de la Federación. Este análisis es relacionado con lo que menciona UNED Pontevedra (2017) es su guía para establecer una comunicación externa, pues implica la importancia de un seguimiento y control en la organización a relacionarse.

De acuerdo a la pregunta 2. Refiere al mantenimiento del feedback para facilitar al público externo la unión con la Federación de Barrios y como respuesta se obtuvo que el 47,2% de la población está totalmente de acuerdo en que se mejore y mantenga de una manera más equilibrada a la comunidad y a los otros líderes barriales aun así el 5,6% de los encuestados establecen que están totalmente en desacuerdo con esta estrategia, datos que se relacionan con criterio de Gonzalez C. (2022) esto se da por el método afectivo que se aplica en el feedback pues se generan varias situaciones de impacto en los comportamientos de los involucrados.

La pregunta 3. La aplicación de los modelos de comunicación externa sería necesaria para la federación de Barrios y los líderes barriales como lo promulgo con un 51,4% están totalmente de acuerdo de que se fortalezca los modelos de comunicación externa para que se pueda trabajar en conjunto para el desarrollo de los barrios del cantón Salinas mientras que el 2,8% que es una cifra mínima está totalmente en desacuerdo. Pues Ruiz, et al (2019), menciona que los objetivos planteados de la organización tienen que ser la prioridad al momento de ejecutar la comunicación externa e incluso agregar nuevas tecnologías y fortalecer las relaciones sociales entre lideras barriales y su comunidad.

Con respecto a la pregunta 4 que establece la aplicación de métodos para la comunicación e interacción de la Federación de barrios con la comunidad de cada uno de los barrios correspondientes a las parroquias rurales y urbanas, pues presenta que el 36,1% están totalmente de acuerdo de involucrar métodos interacción sea mucho más activa tanto como los líderes barriales y la comunidad mientras que el 5,6% están en total desacuerdo probablemente porque en algunas organizaciones barriales desconocen de los métodos aplicados para una mejorar su convivencia e interacción. Se relaciona con lo expresado por Medina (2021) sobre la importancia de la efectividad de la comunicación externa y como resalta la unión-conexión junto a las acciones y estrategias que la federación de barrios puede tomar en cuenta para su desarrollo comunicativo.

La pregunta 5 que trata de la implementación de un plan estratégico comunicacional externo para cada líder barrial y fortalecer el rol de liderazgo en respuesta se establecido el 68,1% de los encuestados están totalmente de acuerdo con la consumación estratégica, mientras que el 5,6% están en total desacuerdo de que se ejecute este plan. Como lo menciona Saavedra et al., (2017) se debe mantener una comunicación eficaz junto a un método asertivo para poder reducir los errores y aumentos beneficios cumpliendo los objetivos que se pueda plantear la federación así como la importancia que se de en la gestión de la toma de decisiones.

De acuerdo con la pregunta 6. Demuestra que la semiótica es una estrategia comunicativa para mejorar las habilidades y destrezas de la Federación de barrios y sus representantes la mayoría con un 50% establecido que está totalmente de acuerdo de que sea una estrategia comunicativa activa dentro de la Federación de barrios, mientras que el 4,6% una cifra mínima está en total desacuerdo. Esto se relaciona con lo expresado por Bianchi, (2017) la semiótica existe una manifestación de discursos referentes a su naturaleza colectiva.

La pregunta 7 que establece los iconos como una parte fundamental para que la semiótica pueda potenciar la identidad gráfica de la Federación de Barrios desde el punto de vista de los encuestados el 56,90% establecieron que están Totalmente de acuerdo. Mientras que el 6,90% están en total desacuerdo pues probablemente no cuentan con otras estrategias para impulsar la semiótica en su canal de información como resalta (Ramos, Paredes, Teran, & Lema, 2017) se permite dinamizar, animar las

acciones individuales y colectivas que genera la integración el fortalecimiento del recurso personal que tengan en la organización.

En respuesta a la pregunta 8. Se basa en la aplicación de un plan oportuno mediante códigos del lenguaje que puedan facilitar la información de la organización y mejorar la comunicación externa, el 55, 60% de los presidentes barriales establecieron que están Totalmente de acuerdo con esta aplicación Mientras que el 6, 90% está en total desacuerdo lo que puede involucrar que algunos barrios no se sientan preparados para la aplicabilidad de códigos de lenguaje pertinentes para el desarrollo de sus localidades. Se relaciona con lo que menciona Issa & Lozano (2011) es importante mencionar que la semiótica dentro de la organización no solo genera códigos si no parte de una premisa con signos lingüísticos adaptados al contexto que se llegue a debatir entre miembros de la federación.

La pregunta 9 Qué establece la reputación y la organización de la Federación de barrios y existe el conocimiento por parte de los dirigentes la cual destaca como 29, 20% que él ni de acuerdo ni en desacuerdo, puesto que, no han tenido una red de comunicación activa por lo que se desconoce la organización de la Federación de barrios hacia los nuevos barrios existentes dentro de la parroquia urbana del cantón Salinas mientras que la otra cifra mínima es de 13, 90% que representa un total desacuerdo ante la reputación que puede tener la federación de Barrios. Orozco & Ferré (2019) aclaran que se debe destacar los valores intangibles como elementos fundamentales para una estrategia idónea y transparentes.

Para finalizar con la pregunta 10 que supone la importancia de conocer la identidad cultural y es que de este modo se puedan agilizar los canales de información para la federación de Barrios Quién es el 45, 80% sí supone que es importante la aplicabilidad de la identidad cultural y el mínimo con un porcentaje de 2, 80% están en desacuerdo. La identidad cultura se ha ido generando como una destino de convergencia multidisciplinaria en concordancia de la percepción amplia de la cultural pero también sistematiza el trabajo de la sociedad según lo mencionó (Beltramin, 2014).

4.3.2. Discusión de la entrevista

Se procede a relacionar las respuestas obtenidas del cuestionario de entrevista dirigida al profesional en el área el sociólogo Juan Diego Terán

En relación a la interrogante 1. La comunicación organizacional tiende a presentar una imagen, pero en muchos casos esta no suele ser representativa, como lo afirma (Caldas, 2016) es necesario tener elementos visuales que reflejen no solo la participación activa de la federación si no buscar un sintagma perteneciente al ámbito cultural dentro de la comunicación externa.

Como característica importante que se mostró en la interrogante 2. La comunicación externa debe reforzar esas habilidades o destrezas en este caso de los líderes barriales deben cumplir como su función es tratar de llegar a la comunidad teniendo activo su recurso humano y de esta manera se pierde la eficacia para un método asertivo como lo menciona (Saavedra et al., 2017).

De acuerdo con la pregunta 3. Las clases de signos o códigos que se pueden emplear en una comunicación para que esta sea más actividad de acuerdo a como lo menciona (Pinedo, 1991), se vincula con lo que menciona el sociólogo pues importante trabajar en estos instrumentos para una comunicación más activa y directa.

En respuesta de la pregunta 4. Como lo indica (Ramos et al., 2017) el circuito comunicativo tiene que dinamizar, animar a las acciones para fortalecer la integración de la federación y es importante utilizar las redes sociales para que tomar estas herramientas y desarrollar esos canales de información para mayor comprensión y acercamientos para alguna toma de decisión.

CONCLUSIONES

La realidad comunicacional de la Federación de Barrios del Cantón Salinas puede determinarse poco adecuada, según las investigaciones realizadas mediante revisión bibliográfica de autores, donde se obtuvo información científica muy valiosa que muestra en un estudio profundo la importancia de la comunicación externa y la influencia que esta tiene como herramienta semiótica; la relevancia de las estrategias de comunicación, uso correcto de canales informativos y la necesidad de la identidad cultural. Esta información servirá para que otros puedan guiarse en futuras investigaciones de aspectos similares.

El sistema de comunicación externa en unión de las herramientas semióticas de la federación de barrios del cantón Salinas se lo considera poco aplicado, debido a la carencia de elementos que ayuden a que la institución sea reconocida y que por lo tanto no tenga una comunicación viable con los líderes de los barrios, de tal forma que no cuentan con canales de información, ni medios para poder convocar a las asambleas.

La semiótica es relevante para el reconocimiento de las empresas, instituciones y organizaciones, su uso correcto al aplicar los símbolos, signos y significados hacen que los mensajes que estas deseen compartir sean captados por sus públicos; estos elementos se transforman en herramientas semióticas que en conjunto con la comunicación externa serían las estrategias comunicacionales que la federación de barrios necesitaría para solucionar esa carencia que presenta.

El desconocimiento de los planes de comunicación organizacional que existen, ha hecho que el posicionamiento de la institución sea muy bajo, esto ha fomentado que la organización no cuente con una planificación, no permite que los líderes y directivos puedan promover los mensajes de una forma clara y precisa, es preciso acotar que el precedente de la investigación invita a la comunidad académica UPSE le dé la debida importancia a las necesidades comunicacionales de estas instituciones y oriente a que la misma puedan manejar estrategias y planes de comunicación.

RECOMENDACIONES

Es importante recomendar que la academia capacite e instruya a los líderes para ejercer correctamente su rol, puesto que, la comunicación organizacional es importante y quienes se ven mayormente involucrados son los representantes de las organizaciones, para que pueda guiar y animar a explotar esas habilidades y destrezas de su recurso personal.

Plantear talleres de capacitación en Universidad Estatal Península de Santa Elena, sobre el uso de la semiótica en el área investigativa, es importante resaltar que existe un interés en aprender más sobre los métodos estratégicos que la semiótica puede brindar.

Se sugiere a la Federación de Barrios que integre a personas con conocimiento en el área comunicacional estas pueden ser estudiantes de la carrera de comunicación y que ellos realicen las prácticas pre profesionales para que con su aporte gestionen las estrategias comunicacionales.

Se recomienda que la identidad cultural sea tomada como un referente semiótico para las organizaciones sociales, debido a que a través de la identidad los miembros tengan un sentido de pertenencia y puedan apropiarse de sus necesidades comunicacionales.

Se recomienda a la Federación de barrios del cantón Salinas acoger la presente investigación, porque con ella pueden mejorar la capacidad de conocer el manejo de los diferentes canales informativos, de tal manera que puedan desarrollar competencias y estrategias comunicacionales como acciones de mejoras.

Se propone crear un manual de marcas para promocionar la identidad semiótica y como esta puede ejecutarse en el área de comunicación, pues es importante que los dirigentes de instituciones y organizaciones sean conscientes de la importancia de mostrar códigos y signos lingüísticos, primordialmente en su imagen o representación como organización.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, R. (2017). La realidad como signo. En R. Alvarado, *Semiotica I* (pág. 68). Cuenca: objetos singulares.
- Batalla, J. M., Plana Ertá, D., & Martínez Argüelles, M. J. (2014). La importancia del feedback en un entorno virtual de aprendizaje. *OIKONOMICS*, 93-100.
- Beltramin, J. B. (2014). Aportes semióticos para la comprensión de la identidad cultural. *Opcion*, 47-68.
- Bianchi, C. (2017). *semiotica e ideologia: modelos, remociones y perspectivas*. Recuperado el 2022, de <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2022/04/i26p19-29-Semio%CC%81tica-e-ideologi%CC%81a-modelos-remociones-y-perspectivas.pdf>
- Bolívar, S. (27 de Marzo de 2014). *Plan de mercadeo de social media para fortalecer la comunicación externa más allá de los medios utilizados en la constructora el castillo s.a.*. Obtenido de Universidad Autónoma de occidente: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/5843/T03859.pdf?sequence=1>
- Caldas, V. L. (2016). “*Gestión de la comunicación externa utilizada en el periodo 2014 para incrementar la imagen corporativa de la unidad de negocio celec ep.termoesmeraldas empresa pública del Ecuador*”. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL-FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/13983>
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. *Aten Primaria*, 31(8), 527-538.
- Cevallos, D. M., & Moreno, C. J. (2018). Importancia de la auditoria de comunicación interna en las organizaciones. *Espacios*, 37.
- Codigo Organico de Organización Territorial. (2019). *COOTAD*. Obtenido de Codigo Organico De Organizacion Territorial, Autonomia y Descentralizacion : <https://www.cpcs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf>
- Díaz, M. S., Vázquez, J. C., & Graverán, D. (2019). El proceso de comunicación externa del Centro Nacional de Biopreparados en las redes sociales Facebook y Twitter. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*.
- Ferro, D. (2015). Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir. *Estudios de la gestión*, 2-22.
- Gaínza, G. (1999). *PESPUNTES SEMIOTICOS*. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-PespuntosSemioticos-5475898%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-PespuntosSemioticos-5475898%20(2).pdf)
- Gonzalez, C. (2022). *Global Human Consultans*. Recuperado el 2022, de Cómo dar y recibir feedback de forma efectiva con el modelo SCI: <https://globalhumancon.com/como-dar-y-recibir-feedback-de-forma-efectiva-con-el-modelo-sci/>

- Gonzalez, P. (2009). Desarrollo de una cultura de feedback en las organizaciones. *Tendencias de Formación*(234), 22-23. Obtenido de <http://pdfs.wke.es/2/5/0/5/pd0000052505.pdf>
- Huauya, P., Coaquira, V. A., & Laderas, E. (2021). Estrategia feedback en el desarrollo de habilidades investigativas de estudiantes universitarios. *Horizonte de la Ciencia, 11*(21), 227-238.
- INEC. (2010). *Censo 2010 de Poblacion y Vivienda del Ecuador* . Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/datos_generales_cpv/24santaeana.pdf
- Issa, J. R., & Lozano, J. A. (2011). El papel de la semiótica en las organizaciones: una aproximación al concepto de semiótica organizacional. *Comunicacion, cultura y politica*, 93-106.
- Loza Chonillo, J. E. (2018). *Estudio de la comunicación institucional y la aplicación de un modelo de comunicación externa en la facultad de comunicación social de la Universidad de Guayaquil*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/32611/1/2%202018%20CORRECI%20c3%93N-PROYECTO-TITULACI%20c3%93N%20LOZA.pdf>
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*,, 3(1), 47-50.
- Medina, A. A. (2021). *Plan estratégico de comunicación externa para cineplanet*. Lima. Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/14732/Medina_Plan-Estrategico.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Orozco , J., & Ferré, C. (2019). Los intangibles de la marca y su efecto en la reputación corporativa. *Revista de Comunicación, 18*(1), 111–134.
- Pinedo, F. J. (1991). *Lenguaje de signos*. Recuperado el 2022, de Biblioteca Virtual: Miguel Cervantes: https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/lenguaje-de-signos--0/html/ffbeaf86-82b1-11df-acc7-002185ce6064_4.html#I_1_
- Portillo, R. G. (2012). La comunicación externa en universidades privadas con estudios a distancia en pregrado. *Razon y palabra*, 24.
- Prieto, S. (27 de Febrero de 2017). *La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo*. Obtenido de Comunicacion : <https://grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>
- Ramos, W., Paredes, M., Teran, P., & Lema, L. F. (2017). *Comunicación Organizacional*. Guayaquil-Ecuador: Ediciones Grupo Compás. Obtenido de © Ediciones Grupo Compás 2017.
- Saavedra, M. L., Camarena, M. E., & Tapia, B. (2017). Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la Ciudad de México. *Revista Venezolana de Gerencia, 22*(80), 551-575.

- Santana, I. (2020). *Semiotica*. Recuperado el 2022, de Semiotica :
https://www.researchgate.net/publication/339786431_Semiotica
- Tuapanta, J. V., Duque, M. A., & Mena, A. P. (2017). Alfa de Cronbach para validad un cuestionario de uso de TIC en Docentes Universitarios. *mktDescubre*, 37-48.
- UNED Pontevedra. (2017). *Manual de buenas prácticas y plan de comunicación externa* . Obtenido de Centro Asociado a la UNED de Pontevedra :
http://www.unedpontevedra.com/archivos_publicos/qweb_paginas/5310/plandecomunicacioncapontevedra.pdf
- UNESCO. (2021). *La UNESCO y la Declaración Universal de Derechos Humanos*. Obtenido de <https://es.unesco.org/udhr>
- Vásquez Rodríguez, F. (15 de Abril de 1990). Los tipos de signos. *Pontificia Universidad Javeriana*, 9(16). Recuperado el 2022, de La semiotica. Una ciencia "explicativa" para "comprender" los signos de la cultura.:
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3489>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM
DESARROLLO DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EXTERNA	<p>Ruiz, et. al., (2019) manifiestan que la comunicación externa en las organizaciones es una prioridad a trabajar para el logro de los objetivos empresariales, donde una correcta gestión del proceso tiene que sustentarse en documentos normativos y estratégicos.</p> <p>De allí que el buen funcionamiento de las organizaciones contemporáneas depende inicialmente de la forma en como éstas gestionan sus herramientas de comunicación, las cuales deben diseñarse de acuerdo al público específico a las que van a hacer dirigidas; en este sentido una buena planeación de las comunicaciones en la empresa no son el resultado del azar o del simple fenómeno social que involucra al recurso humano de la misma; más que eso es el ajuste necesario de lo que realmente es oportuno y conveniente comunicar; y así facilitar el engranaje operativo y comunicacional para alcanzar la eficiencia en los procesos desarrollados (p.30).</p>	Procesos de comunicación externa	Optimización Objetivos estratégicos Recursos tangibles	¿Usted cree que la organización comunicacional mejora la comunicación interna y externa de la federación de barrios del cantón Salinas?
		Feedback en instituciones	Método afectivo	¿Cree que la federación de barrios debe mantener un feedback con su público externo?
		Características de la comunicación externa	Planes Administrativos Plan estratégico	<p>¿Los modelos de comunicación externa deberían ser aplicada según la necesidad de la federación de barrios?</p> <p>¿Los métodos aplicados en la comunicación de la federación de barrios es la correcta para interactuar con la comunidad de cada barrio?</p> <p>¿Está usted de acuerdo que la federación de barrios debe implementar un plan estratégico de comunicación externa entre líderes barriales para un mejor liderazgo?</p>
HERRAMIENTA SEMIÓTICA	<p>Para Alvarado (2017) la semiótica es una teoría que concibe la idea de una realidad representada en un conjunto de signos creados por los seres humanos con el objetivo de entenderse unos con otros y entender dicha realidad concebida. De esta manera, los signos pueden ser descritos como ideas, mitos, creencias, etc. Que tienen su propia representación e interpretación.</p>	¿Qué es la semiótica y para qué sirve?	Clases de signos Habilidades y Destrezas	¿Considera que la semiótica corresponde como estrategia comunicativa para mejorar las habilidades y destrezas de los representantes de la federación de barrios?

			Los iconos Potencia	¿Los iconos son parte de las gráficas en la semiótica que permiten potenciar la identidad gráfica de la federación de barrios?
		La Semiótica en la organización comunicacional	Códigos de lenguaje corporativos Recursos digitales Facilitar flujo de información	¿Aplicar dentro de la organización un plan para mejorar la comunicación externa de la federación de barrios sería oportuno mediante códigos de lenguaje entendibles para facilitar la información?
			Indicadores de Reputación Organización	¿La reputación y organización de la federación de barrios son conocidas por todos los dirigentes?
		Semiótica como identidad cultural	Auditorías de comunicación Canales de información	¿Supone usted que la identidad cultural es importante para agilizar los canales de información de la federación de barrios del cantón Salinas?

Fuente: Técnica de metodología de investigación y análisis de datos

Anexo 2. Instrumento de recopilación de datos

Formatos de los instrumentos de investigación

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario la semiótica y comunicación externa

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

Facultad de ciencias sociales y de la salud

Carrera de Comunicación

Tema: El desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la Federación de Barrios del cantón Salinas, año 2022

Objetivo: Levantar información correspondiente a la semiótica como herramienta de la federación de barrios del Cantón Salinas.

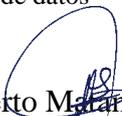
Valoración con escalamiento de Likert

Totalmente de acuerdo (5); De acuerdo (4); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3); En Desacuerdo (2); Totalmente en desacuerdo (1).

N	Preguntas	1	2	3	4	5
1	¿Usted cree que la organización comunicacional mejora la comunicación interna y externa de la federación de barrios del cantón Salinas?					
2	¿Cree que la federación de barrios debe mantener un feedback con su público externo?					
3	¿Los modelos de comunicación externa deberían ser aplicada según la necesidad de la federación de barrios?					
4	¿Los métodos aplicados en la comunicación de la federación de barrios es la correcta para interactuar con la comunidad de cada barrio?					
5	¿Está usted de acuerdo que la federación de barrios debe implementar un plan estratégico de comunicación externa entre líderes barriales para un mejor liderazgo?					
6	¿Considera que la semiótica corresponde como estrategia comunicativa para mejorar las habilidades y destrezas de los representantes de la federación de barrios?					
7	¿Los iconos son parte de las gráficas en la semiótica que permiten potenciar la identidad gráfica de la federación de barrios?					
8	¿Aplicar dentro de la organización un plan para mejorar la comunicación externa de la federación de barrios sería oportuno mediante códigos de lenguaje entendibles para facilitar la información?					
9	¿La reputación y organización de la federación de barrios son conocidas por todos los dirigentes?					
10	¿Supone usted que la identidad cultural es importante para agilizar los canales de información de la federación de barrios del cantón Salinas?					

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Fuente: Técnica de metodología de investigación y análisis de datos

Lcdo. Ángel Alberto  Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

Anexo 3. Instrumento de recopilación de datos

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas comunicación externa y las herramientas semióticas

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Carrera de Comunicación

Tema: El desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la Federación de Barrios del cantón Salinas, año 2022.

Objetivo: Obtener información de profesional en sociología para mejorar la identidad semiótica y la comunicación externa de la federación de barrios del cantón Salinas.

Fecha: 28 de enero del 2023

Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuáles son los aspectos más importantes al momento de la creación de una identidad gráfica de una institución y como induce esta al reconocimiento institucional?	
2. ¿Por qué es relevante que las organizaciones cuenten con una identidad gráfica, como beneficiarían a la comunicación de la institución?	
3. ¿Cuáles serían los modelos comunicacionales que debe tener la federación de barrios y como se aplicarían a las mejoras de una comunicación externa?	
4. El plan comunicacional es un instrumento con características importantes para mejorar la forma de comunicar de la federación de barrios. ¿Cuáles sería las características que este debe cumplir?	

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Fuente: Técnica de metodología de investigación y análisis de datos

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I:0913729257

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:	EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA COMO HERRAMIENTA SEMIÓTICA EN LA FEDERACIÓN DE BARRIOS DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2022.
AUTOR:	Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN Relación entre:						OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN		
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS			ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA	
									SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO
DESARROLLO DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EXTERNA	Procesos de comunicación externa	Optimización	¿Usted cree que la organización comunicacional mejora la comunicación interna y externa de la federación de barrios del cantón Salinas?						X		X			X		SOLO MEJORAR LAS PREGUNTAS SEÑALADAS	
		Objetivos estratégicos							X		X			X			
	Recursos tangibles																
	Feedback en instituciones	Método afectivo	¿Cree que la federación de barrios debe mantener un feedback con su público externo?						X		X			X			
									X		X			X			
	Características de la comunicación externa	Planes Administrativos	Plan estratégico	¿Los modelos de comunicación externa deberían ser aplicada según la necesidad de la federación de barrios?						X		X			X		
¿Los métodos aplicados en la comunicación de la federación de barrios es la correcta para interactuar con la comunidad de cada barrio?																	
¿Está usted de acuerdo que la federación de barrios debe implementar un plan estratégico de comunicación externa entre líderes barriales para un mejor liderazgo?																	

HERRAMIENTA SEMIÓTICA	¿Qué es la semiótica y para qué sirve?	Clases de signos Habilidades y Destrezas	¿Considera que la semiótica corresponde como estrategia comunicativa para mejorar las habilidades y destrezas de los representantes de la federación de barrios?					X		X			X					
		Los iconos Potencia	¿Los iconos son parte de las gráficas en la semiótica que permiten potenciar la identidad gráfica de la federación de barrios?															
		Clases de signos Habilidades y Destrezas	¿Considera que la semiótica corresponde como estrategia comunicativa para mejorar las habilidades y destrezas de los representantes de la federación de barrios?															
	La Semiótica en la organización comunicacional	Códigos de lenguaje corporativos Recursos digitales Facilitar flujo de información	¿Aplicar dentro de la organización un plan para mejorar la comunicación externa de la federación de barrios sería oportuno mediante códigos de lenguaje entendibles para facilitar la información?						X		X			X		X		
		Indicadores de Reputación Organización	¿La reputación y organización de la federación de barrios son conocidas por todos los dirigentes?						X		X			X		X		
	Semiótica como identidad cultural	Auditorías de comunicación	¿Supone usted que la identidad cultural es importante para agilizar los canales de información de la federación de barrios del cantón Salinas?						X		X			X		X		
		Canales de información							X		X			X		X		

Fecha, Santa Elena, 20 de enero del 2023



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – Comunicación Externa

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
																				95		
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				100	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			95		
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																			95		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																			95		

6.Intencional diad	Valorar las dimension es del tema																			100
7.Consistenci a	Basado en aspectos teóricos- científicos																			100
8.Coherencia	Relación en variables e indicadores																		95	
9.Metodologí a	Adecuada y responde a la investigación																		100	

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunc

PROMEDIO:

Santa Elena, 20 de enero del 2023

Lcdo.: ANGEL MATAMOROS

C.I.: 0913729257

Teléfono: 0986049404

E-mail: amatamoros@upse.edu.ec



Firma

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Panimboza Panimboza Lorena Vanessa	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA COMO HERRAMIENTA SEMIÓTICA EN LA FEDERACIÓN DE BARRIOS DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2022.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista-Encuesta	
Objetivo:	Levantar información correspondiente a la semiótica como herramienta de la federación de barrios del Cantón Salinas.	
Dirigido a:	Federación de Barrios del cantón Salinas	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	ANGEL MATAMOROS	
Documento de Identidad:	0913729257	
Grado Académico:	DOCTOR – PHD	
Especialidad:	EDUCACION	
Experiencia Profesional (años):	22	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
	OK	x
Sugerencia: SOLO DEBE MEJORAR LA PREGUNTAS SEÑALADAS		

Fecha: Santa Elena, 20 de enero del 2023

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I: 0913729257

Cuadro 3. Entrevista a experto en la materia a investigar en el área de sociología

Entrevistador: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza	Entrevistado: Juan Diego Terán Profesión: Sociólogo
Preguntas	Respuestas
<p>1. ¿Cuáles son los aspectos más importantes al momento de la creación de una identidad grafica de una institución y como induce esta al reconocimiento institucional?</p>	<p>El técnico que va desarrollar esas actividades tiene que mantener reuniones permanentes con los dirigentes de la organización para que ellos le indiquen los elementos de representatividad de la organización, como quieren que vayan y sugieran todo el elemento institucional que requieran. Con esos elementos el técnico da forma a una gama de borradores los mismos que serán los dirigentes quienes elijan las sugerencias dada por el técnico.</p>
<p>2. ¿Por qué es relevante que las organizaciones cuenten con una identidad gráfica, como beneficiarían a la comunicación de la institución?</p>	<p>Son los miembros de la organización quienes harán suyos los elementos comunicacionales ahí está la necesidad de constantes reuniones para ir trabajando en base a estos productos, que logren el apoderamiento y los hagan suyos los miembros de la organización.</p>
<p>3. ¿Cuáles serían los modelos comunicacionales que debe tener la federación de barrios y como se aplicarían a las mejoras de una comunicación externa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales. • Hoja membretada. • Programa radial. • Volantes comunicacionales. • Zoom <p>Tener en cada barrio un comunicador comunitario o varios que permita mantener comunicado a todo el sector barrial cantonal</p>
<p>4. El plan comunicacional es un instrumento con características importantes para mejorar la forma de comunicar de la federación de barrios. ¿Cuáles sería las características que este debe cumplir?</p>	<p>Las redes sociales hoy ayudan de manera clara precisa y en el momento de comunicar, esas herramientas comunicacionales deben ser objetivas y de manejo responsable.</p> <p>Es necesario un proceso de formación para que cada barrio tenga un comunicador y así mantener la información de primera fuente.</p>

Fuente: Entrevista a experto en la materia a investigar en el área de sociología

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Anexo 4. Listado de la federación de barrios del cantón Salinas.

Federación De Barrios Del Cantón Salinas	
Barrios De Las Parroquias Urbanas Y Rurales	
La Floresta	Puertas Del Sol 1
Unión y Progreso	Puertas Del Sol 2
Barrio 6 De Junio/ Muey/ Salinas.	Carolina
Las Dunas 1	Costa De Oro
La Vinicio 2	Balcón Encantado
Los Matías	Girasoles 1
Vinicio Yagual 1	Girasoles 2
Barrio Primero De Enero	Carmen Buchelli
15 De Noviembre	Gonzalo Chávez
Chipe	Luis Celleri
12 Octubre	Las Peñas
15 De Julio	20 De Marzo
Carbo Viteri	San Vicente
Vinicio Yagual 2	Dorado
La Concepción	Brisas Del Mar-Anconcito
60x	Riveras Del Mar
Brisas Del Mar José Luis Tamayo	Luis Cárdena Castillo
Frank Vargas Pazzos	Jaime Roldós
Tiguinza	Bellavista
Brisas Del Mar Bravo	5 De Junio
Santa Paula	Las Lomas
Francisco Rodríguez	Paraíso-Anconcito
Evaristo Montenegro	Manabí
Sindicato De Sales	9 De Octubre
Barrio Paraíso De José Luis Tamayo	Nuevo Amanecer-Anconcito
La Milina	Italiana
Barrio La Floresta 2	Coreza 1
Las Conchas	Vicente Rocafuerte
Barrio Milagro	Los Geranios
Barrio 23 De Mayo	9 De Octubre
Barrio Pueblo Nuevo- Salinas	Nicolás Lapenty
Jardín Botánico	Centenario
24 De Septiembre	San Raimundo 1
San Lorenzo	San Raimundo 2
Pedro José Rodríguez	León Febres Cordero
Coreza 2	Arena Y Sol

Fuente: Listado de los barrios del Cantón Salinas

Elaborado por: Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

Anexo 5. Solicitud de autorización



Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Comunicación

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN

La Libertad, 12 de diciembre del 2022

Señor
Vicente Rodríguez
PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓN DE BARRIOS DEL CANTÓN SALINAS
Presente. --

De mi consideración:

Yo, **Panimboza Panimboza Lorena Vanessa**, portadora de la cédula de ciudadanía N° **0921988382**, estudiante del **Octavo Semestre** de la **Carrera de Comunicación** de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena**, solicito de la manera más comedida y respetuosa se digno autorizar el desarrollo de mi **proyecto de investigación** titulado: **“El desarrollo de la comunicación externa como herramienta semiótica en la Federación de barrios del cantón Salinas, año 2022.”**, previo a la obtención del título licenciada en Comunicación.

Por la atención favorable al presente pedido agradezco.

Atentamente,

Panimboza Panimboza Lorena Vanessa

CI: 0921988382

Correo institucional: lorena.panimbozapanimboza@upse.edu.ec

Tel: 0968241238

Recibido.
12/12/2022

15:03

0939938282

FRANCISCA FIGUEROA
0982570494
SECRETARÍA

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Anexo 6. Respuesta de autorización



Salinas, 24 de enero de 2023

Srta.:

Lorena Vanessa Panimboza Panimboza

ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

Presente. -

De nuestras consideraciones:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos las FEDERACION DE BARRIOS DEL CANTON SALINAS, tenemos el honor de expresarle un fraterno saludo y al mismo tiempo hacerle conocer lo siguiente:

Por medio de la presente AUTORIZA a la estudiante Lorena Vanessa Panimboza Panimboza, realice el trabajo de Investigación " El Desarrollo de la Comunidad como Herramienta Semiótica en la Federación De Barrios Del Cantón Salinas año 2022, comprometiéndonos a darle las facilidades que requiera de parte de los Dirigentes Barriales.

Esperando que nuestra solicitud tenga la favorable acogida nos suscribimos.

Atentamente


Sr. Vicente Rodríguez Roca
PRESIDENTE F. B. SALINAS



PARQUE-BARRIO SINDICATO DE SALES-SALINAS-SANTA ELENA-ECUADOR
ENTRE Av. 22 DE DICIEMBRE y Av. IVAN ABAD; y calle MARCIAL ROMERO
TELEF: 0939938282 - 0962570494 - 0996117585 - 4515185
CORREO: federacionsalinas15@gmail.com/carlos199109cr1@gmail.com

Anexo 7. Reunión con el presidente de la Federación de Barrios del Cantón Salinas.



Anexo 8. Ficha de Encuesta en google forms

FICHA DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRESIDENTES DE LA FERERACION DE BARRIOS DEL CANTÓN SALINAS

Un saludo cordial a los presidentes barriales quienes forman parte de la federación de barrios del cantón Salinas. Me presento mi nombre es Lorena Vanessa Panimboza Panimboza, estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) de la carrera de Comunicación, estoy cursando mi último semestre y elegí a esta población para la ejecución de mi tesis que se titula **EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA COMO HERRAMIENTA SEMIÓTICA EN LA FEDERACIÓN DE BARRIOS DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2022.**

Objetivo:
Levantar información correspondiente a la semiótica como herramienta de la federación de barrios del Cantón Salinas.

Es importante su aporte, espero poder contar con su ayuda.

Muchas gracias

Valoración con escalamiento de Likert
Totalmente de acuerdo (5); De acuerdo (4); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3); en Desacuerdo (2); Totalmente en desacuerdo (1).

mtutivenlozano@gmail.com Cambiar de cuenta