



Título del trabajo:

Diseño del Plan de Comunicación Externa para la Implementación del Sistema de Alerta Temprana (SAT) Tsunami para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas

Línea de Investigación:

Comunicación, Cultura y Tecnología

Modalidad de Titulación:

Proyecto de Desarrollo

Programa de Maestría:

Comunicación Estratégica

Título a obtener:

Máster en Comunicación Estratégica

Autor:

Héctor Andrés Pérez Name

Tutor:

Mgs. Christian Gutiérrez Chiquito

Samorondón - Ecuador

2019

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo y dedicación en realizar este trabajo, se lo dedico a Dios por darme la fuerza suficiente para continuar en momentos de frustración; a mi familia, mi pilar fundamental porque he sacrificado momentos importantes y sin su comprensión y ayuda no hubiese sido posible realizar la maestría; a mis padres, por su permanente preocupación y apoyo incondicional; a mis compañeros de trabajo, quienes también me extendieron su mano en momentos en que se me cruzó algún tema laboral y supieron darme solución; y a todos quienes formaron parte de este proceso.

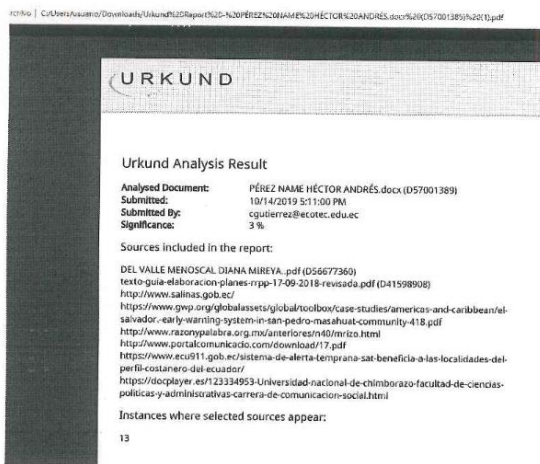


**DIVISIÓN DE POSGRADO
PROCESO DE TITULACIÓN
CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS**

Habiendo sido nombrado Christian Gutiérrez Chiquito, tutor del trabajo de titulación "Diseño del Plan de Comunicación Externa para la Implementación del Sistema de Alerta Temprana (SAT) Tsunami para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas" elaborado por Héctor Andrés Pérez Name, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Magíster en Comunicación Estratégica.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias 3% mismo que se puede verificar en el siguiente link: [https://secure.arkund.com/old/view/55421068-](https://secure.arkund.com/old/view/55421068-200343-)

[736408#BcE7DoAgFATAu1BvDLs8PniVY2GIGgppKI13d+Z1z3R1I0GBATQwgnMYAFxyEOEBIUd bvZ79Ku3Y7TTVb94mRXFEGWBKtnS9wM=](https://secure.arkund.com/old/view/55421068-200343-736408#BcE7DoAgFATAu1BvDLs8PniVY2GIGgppKI13d+Z1z3R1I0GBATQwgnMYAFxyEOEBIUd bvZ79Ku3Y7TTVb94mRXFEGWBKtnS9wM=) . Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.




Mgs. CHRISTIAN GUTIÉRREZ CHIQUITO
PROFESOR TUTOR



DIVISIÓN DE POSTGRADO

CERTIFICACION DE REVISION FINAL

QUE EL PRESENTE PROYECTO DE DESARROLLO TITULADO:

“DISEÑO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE ALERTA TEMPRANA (SAT) TSUNAMI PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SALINAS”

, FUE REVISADO, SIENDO SU CONTENIDO ORIGINAL EN SU TOTALIDAD, ASÍ COMO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS QUE SE DICTAN EN LA GUÍA DE ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, POR LO QUE SE AUTORIZA A: HÉCTOR ANDRÉS PÉREZ NAME QUE PROCEDA A SU PRESENTACION.

Samborondón, 13 de Octubre de 2019

Samborondón, 14 de octubre de 2019

Mgs. CHRISTIAN GUTIÉRREZ CHIQUITO

TUTOR



DIVISIÓN DE POSTGRADO

CERTIFICACION DE REVISION FINAL

QUE EL PRESENTE PROYECTO DE DESARROLLO TITULADO:

“DISEÑO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE ALERTA TEMPRANA (SAT) TSUNAMI PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SALINAS”

ACOGIÓ E INCORPORÓ TODAS LAS OBSERVACIONES REALIZADAS POR LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL ASIGNADO Y CUMPLE CON LA CALIDAD EXIGIDA PARA UN TRABAJO DE TITULACIÓN DE POSTGRADO, POR LO QUE SE AUTORIZA A: HÉCTOR ANDRÉS PÉREZ NAME, QUE PROCEDA A SU PRESENTACION.

Samborondón, 12 de noviembre de 2019

Samborondón, 12 noviembre de 2019

Mgs. CHRISTIAN GUTIÉRREZ CHIQUITO

TUTOR

RESUMEN

El presente trabajo es un aporte para las autoridades que están vinculadas a la gestión de riesgos del país. La implementación de un Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami es un mecanismo tecnológico que, si se lo socializa comunicacionalmente de manera correcta, puede ser de gran ayuda para que un Gobierno Autónomo Descentralizado pueda aplicar estrategias de comunicación para informar a la población y su posterior aplicación o ejecución en caso de que ocurra una eventual alerta de tsunami. El objetivo de este proyecto es conocer diferentes estrategias comunicacionales para la implementación de la II Fase del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami, en el cantón Salinas, y que el GAD de este cantón pueda establecer estrategias de comunicación para informar a la ciudadanía más detalles sobre el funcionamiento de este proyecto, las rutas de evacuación y las zonas de seguridad en cada barrio. De esta manera, el aporte de este trabajo es el de ayudar al Gobierno Autónomo Descentralizado de Salinas a prevenir y educar a la población ante una amenaza de tsunami.

Palabras claves: Plan de Comunicación, Comunicación Organizacional, Sistema de Alerta Temprana, Tsunami.

ABSTRACT

This work is a contribution to the authorities that are linked to the country's risk management. The implementation of a Tsunami Early Warning System is a technological mechanism that, if properly communicated socially, can be of great help so that a Decentralized Autonomous Government can apply communication strategies to inform the population and its subsequent application or execution in the event of a possible tsunami warning. The objective of this project is to know different communication strategies for the implementation of the II Phase of the Early Warning System before Tsunami, in the Salinas canton, and that the GAD of this canton can establish communication strategies to inform the citizens more details about the operation of this project, evacuation routes and security zones in each neighborhood. In this way, the contribution of this work is to help the Decentralized Autonomous Government of Salinas to prevent and educate the population in the face of a tsunami threat.

Keywords: Communication Plan, Organizational Communication, Early Warning System, Tsunami.

Índice De Contenido

Introducción	4
Situación problemática	5
Problema de la Investigación	6
Objetivo de la investigación	7
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
Pregunta científica	7
Metodología	8
Importancia de la investigación	9
Justificación	9
Contenido	10
Capítulo I. Marco Teórico	12
1.1 Antecedentes	12
1.1.2 ¿Qué es un tsunami?	12
1.1.3 Repercusiones de tsunamis en el Ecuador	13
1.2 Aportes teóricos de la Escuela de Palo Alto	15
1.3 Comunicación organizacional	16
1.3.1 Comunicación Interna	17
1.3.2 Comunicación externa	18
1.3.3 Instrumentos de comunicación	19
1.3.4 El Dircom	20
1.4 Plan Estratégico	20
1.4.1 Planeación Estratégica de la Organización	20
1.4.2 Planeación Estratégica de la Comunicación	21
1.4.3 Metodología para elaborar un plan estratégico de comunicación, según el Modelo de Andrés Aljure Saab	22
Capítulo II. Marco Metodológico	26

2.1 Análisis de Resultados	30
2.1.1 Análisis de la comunicación del GAD Municipal de Salinas	30
2.1.2 Análisis de la gestión de riesgo del GAD Municipal de Salinas	33
2.1.3 Análisis de los datos cuantitativos	34
Capítulo III. Propuesta	47
Conclusiones	56
Recomendaciones	59
Bibliografía	60

Índice de Tablas

Tabla 1. FODA del GAD Municipal de Salinas	32
Tabla 2. Sexo de los encuestados	35
Tabla 3. Rango de edad de los encuestados.....	35
Tabla 4. Sector donde viven los encuestados	36
Tabla 5. Sector económico donde trabajan los encuestados	37
Tabla 6. Información que reciben por parte del GAD Municipal de Salinas los encuestados.....	39
Tabla 7. Canales de comunicación por los que han recibido información los encuestados	40
Tabla 8. Conocimiento en los encuestados sobre el proyecto del SAT Tsunami.....	41
Tabla 9. Nivel de conocimiento en los encuestados sobre el proyecto del SAT Tsunami	42
Tabla 10. Canales de comunicación que la ciudadanía desearía recibir información del proyecto del SAT Tsunami	43
Tabla 11. Importancia de recibir la información sobre el proyecto del SAT Tsunami	44
Tabla 12. DOFA del GAD Municipal de Salinas	49
Tabla 13. Plan de Acción	53
Tabla 14. Cronograma del Plan Táctico	54

Índice De Figuras

Figura I Sexo de los encuestados	35
Figura II Rango de edad de los encuestados.....	36
Figura III Sector donde viven los encuestados	37
Figura IV Sector económico donde trabajan los encuestados.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura V Información que reciben por parte del GAD Municipal de Salinas los encuestados	39
Figura VI Canales de comunicación por los que han recibido información los encuestados	40
Figura VII Conocimiento en los encuestados sobre el proyecto del SAT Tsunami	41
Figura VIII Nivel de conocimiento en los encuestados sobre el proyecto del SAT Tsunami	42
Figura IX Canales de comunicación que la ciudadanía desearía recibir información del proyecto del SAT Tsunami	44
Figura X Importancia de recibir la información sobre el proyecto del SAT Tsunami	45

Introducción

El presente proyecto de desarrollo está enfocado en la elaboración de un plan de comunicación externa para la implementación del Sistema de Alerta Temprana (SAT) Tsunami en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, en Ecuador, para que las autoridades cantonales puedan difundir mensajes claros y oportunos a la ciudadanía e informar cómo funciona este mecanismo, dónde se encuentran los puntos de encuentro, zonas de seguridad y cómo toda la población debe reaccionar ante la inminente alerta de tsunami generada por el SAT.

El Ecuador se encuentra en el Cinturón de Fuego del Pacífico, situado en las costas del océano Pacífico y que se caracteriza por agrupar varias zonas de subducción más importantes del mundo, lo que genera una elevada actividad sísmica y volcánica. Estos fenómenos naturales son potencialmente peligrosos para la humanidad, ya que podrían desencadenar un tsunami en el Ecuador, en caso de producirse alguno de ellos cerca de las costas.

Para ello, las autoridades locales y la población deben conocer perfectamente cómo deben reaccionar ante una inminente alerta de tsunami, nada de esto sería posible sin la construcción y estructuración de un plan de comunicación externa que permita a las autoridades elaborar mensajes de prevención, información y reacción para difundirlos a la población del cantón Salinas para que tengan conocimiento de cómo actuar en caso de que se activen las alarmas del Sistema de Alerta Temprana (SAT) y poder salvar vidas. La UNESCO define al SAT como un conjunto de procedimientos e instrumento, que permiten monitorear una amenaza o evento adverso de carácter previsible. Este instrumento tecnológico permite alertar oportunamente a las instituciones de respuesta del país, como

son el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, el Instituto Geofísico de la Escuela Politécnica Nacional, Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, Instituto Oceanográfico de la Armada y el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, para que puedan tomar decisiones rápidas y acertadas en beneficio de la población.

Situación problemática

Actualmente, en el Ecuador se está desarrollando la Segunda Fase de Implementación del Sistema de Alerta Temprana en las provincias de Santa Elena, Guayas, El Oro y Galápagos y que consiste en la instalación de todo el sistema tecnológico y sirenas que se ubicaran estratégicamente en diferentes puntos de cada cantón costero de estas cuatro provincias.

El cantón Salinas, de la provincia de Santa Elena, es uno de los puntos más sobresalientes hacia el océano Pacífico. Según datos del censo de población realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en 2010, este cantón tiene 68.675 habitantes y es uno de los lugares más concurridos por turistas nacionales y extranjeros. En caso de ocurrir un tsunami cerca de las costas ecuatorianas, Salinas sería uno de los cantones que resultaría afectado por estar más cerca del océano Pacífico. Sin embargo, el SAT tsunami se activaría para alertar a la población y que ésta pueda evacuar hacia lugares altos y zonas seguras.

El interés de realizar este trabajo surge de la necesidad de tienen las autoridades cantonales, en especial el cantón Salinas, en conocer cómo actuar rápida y oportunamente para que comuniquen a la ciudadanía qué deben hacer y hacia dónde deben dirigirse para salvar sus vidas. En la falta de preparación o prevención con mensajes claros y directos y con ejercicios de simulacro que permitan conocer la capacidad de respuesta de las personas

y medir tiempos de evacuación, así como la poca socialización de las señalizaciones que permitan guiar de mejor manera el proceso de evacuación de la población.

Los turistas nacionales y extranjeros es otro tipo de público que se vería afectado ante la ocurrencia de un tsunami. El sector turístico y hotelero cumple un rol fundamental en brindar información que permita a estos ciudadanos conocer las medidas de prevención y reacción ante este evento peligroso. Esto conlleva a mantener entrevistas con presidentes de diferentes organizaciones turísticas y hoteleras para que, junto con las autoridades cantonales, conozcan cómo mantener informado y preparado a sus públicos.

En el ámbito profesional, como comunicador social, el interés versó en conocer el contexto comunicativo entre las autoridades cantonales, los diferentes actores sociales y la ciudadanía ante la ocurrencia de un evento peligroso.

El presente trabajo tiene un interés académico para aportar a los profesionales de la comunicación a establecer ciertos criterios investigativos y de ejecución para la elaboración de un plan de comunicación externo que ayudaría también a profesionales de otras ramas no solo de la comunicación, sino también de la ingeniería, geología, meteorología y demás profesiones vinculadas a la gestión del riesgo de desastres.

Problema de la Investigación

¿Cómo puede un plan de comunicación ayudar al GAD de Salinas a socializar la II Fase del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami?

Objetivo de la investigación

El diseño de un plan de comunicación externo ayudará al GAD de Salinas a socializar la implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami a la ciudadanía.

Objetivo general

Diseñar un plan de comunicación externa para la implementación del Sistema de Alerta Temprana (SAT) tsunami, para el GAD del cantón Salinas.

Objetivos específicos

- Identificar los fundamentos teóricos sobre la comunicación externa.
- Diagnosticar la situación actual de los procesos de comunicación externa que mantiene el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas con los públicos.
- Determinar los componentes claves que deben incluirse en el plan de comunicación externa para el GAD del cantón Salinas.

Pregunta científica

Se pretende diagnosticar la situación actual de los procesos de comunicación externa del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas que mantiene con sus públicos para la socialización de la II Fase de implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami. Por lo tanto, ¿Cómo puede la comunicación ayudar al GAD de Salinas a socializar la II Fase del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami?

Metodología

En el marco de la teoría de la comunicación organizacional y la comunicación externa, el presente trabajo realizará entrevistas a autoridades cantonales, representantes de gremios hoteleros y turísticos para conocer a profundidad cómo el cantón Salinas se encuentra preparado para poder responder ante una eventual amenaza de tsunami. Las respuestas de las entrevistas permitirán conocer más de cerca la realidad comunicacional de este cantón ecuatoriano y como fortalecer la estrategia comunicacional para que la ciudadanía y turistas nacionales y extranjeros puedan informarse con todo lo relacionado a este evento peligroso y al SAT.

Durante el proyecto de desarrollo se aplicará la técnica de la entrevista a los encargados de la comunicación del GAD de Salinas y a los encargados del sector hotelero de cantón para conocer sus estrategias de comunicación con sus públicos; y se aplicará la técnica de las encuestas a la ciudadanía y turistas para recolectar datos estadísticos para delimitar los pasos a seguir y sugerir propuestas estratégicas de acuerdo a la situación real del cantón Salinas.

La metodología para el análisis del caso tendrá un enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo para poder desarrollar conclusiones y recomendaciones que permitan establecer un criterio comunicativo muy cercano a la realidad del cantón Salinas y de esta manera poder salvar vidas. Se plantea que el trabajo comience como exploratorio para poder obtener información teórica, científica y ampliar conceptos; luego de esto, el trabajo de investigación adoptará un enfoque descriptivo que permita analizar e identificar las

características del público externo. Finalmente, se pasará a un enfoque explicativo a fin de proporcionar sentido al tema de estudio.

Importancia de la investigación

Desarrollar un plan de comunicación permite a las autoridades del cantón Salinas mejorar su comunicación externa con sus públicos. La implementación del Sistema de Alerta Temprana en el cantón ayudará significativamente a reducir las pérdidas humanas ante la eventual amenaza de un tsunami, por tal motivo, se deben establecer mensajes claros y oportunos a la población para que puedan actuar inmediatamente y salvar sus vidas.

Actualmente ya se encuentra en ejecución la implementación de la II Fase del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami sin embargo, es necesario conocer la realidad del GAD de Salinas sobre la socialización de este proyecto a la población. El diseño del plan de comunicación externa permitirá a las autoridades de GAD de Salinas a elaborar estrategias comunicacionales para poder informar de manera clara y precisa a la ciudadanía sobre la importancia y la implementación del proyecto con la única finalidad de salvar vidas.

Justificación

La realización del presente proyecto se justifica por la necesidad de plantear un plan de comunicación externa que motive al GAD de Salinas a establecer vínculos estrechos con sus públicos para poder socializar la II Fase de implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami. Por tal razón, la presente propuesta será de gran ayuda para las autoridades de Salinas que tendrán un plan de comunicación estructurado y concreto para poder reducir el riesgo de desastre.

Contenido

En el capítulo I se trabajará en el marco teórico que permitirá desarrollar contextual y conceptual el planteamiento a investigar. El capítulo II se desarrollará el marco metodológico del proceso de investigación, que explicará cada uno de los procesos a utilizarse en la realización de este trabajo. Además, se analizarán los resultados obtenidos. En el capítulo III se presentará la propuesta del plan de comunicación externa, que se realizará en base a los resultados obtenidos en la metodología. Finalmente, se mostrarán las conclusiones y las recomendaciones analizadas en la investigación, la cual se complementará con la bibliografía y anexos que sirvieron para la presentación de este proyecto de desarrollo.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Capítulo I. Marco Teórico

Para el presente proyecto de desarrollo se ha propuesto establecer un antecedente informativo para poder entender de mejor manera la propuesta que más adelante se establecerá sobre el plan de comunicación externa. Para esto, es importante precisar qué es un Sistema de Alerta Temprana (SAT), qué es un tsunami y cuáles han sido las repercusiones en el Ecuador.

Luego de este primer preámbulo se abordarán conceptos de la comunicación organizacional, la comunicación en gestión de desastres y el plan estratégico de comunicación, para que el marco teórico sea lo más adecuado posible.

1.1 Antecedentes

El litoral de Ecuador se encuentra a unos cincuenta kilómetros de la zona de convergencia de las placas sudamericana y Nazca, constituyéndose esta interacción en la fuente sismogénica más activa e importante del país y forma parte de uno de los segmentos de la zona de subducción sudamericana (Beck, 1993) que se extiende por más de 9000 km en paralelo del litoral del Pacífico sur oriental, las costas de Colombia, Ecuador, Perú y Chile. Esta zona es una de las más sísmicas del planeta y representa alrededor del 15% al 20% de la energía telúrica total liberada por la Tierra. (Giesecke, Gómez, Leschiutta, Migliorini, & Rodríguez, 2004)

1.1.2 ¿Qué es un tsunami?

Los tsunamis son olas gigantes causadas por terremotos o erupciones volcánicas bajo el mar. En las profundidades del océano, las olas del tsunami no aumentan

dramáticamente en altura. Pero a medida que las olas viajan hacia el interior, se acumulan a alturas cada vez más altas a medida que disminuye la profundidad del océano. La velocidad de las olas del tsunami depende de la profundidad del océano en lugar de la distancia desde la fuente de la ola. Las olas del tsunami pueden viajar tan rápido como los aviones de reacción sobre aguas profundas, solo disminuyendo la velocidad al llegar a aguas poco profundas. ((NOAA), National Oceanic and Atmospheric Administration, 2019).

1.1.3 Repercusiones de tsunamis en el Ecuador

Recientemente en una revisión sobre la cronología de tsunamis ocurridos en Ecuador desde 1586 al año 2012, Contreras, (2013) pudo identificar 58 tsunamis, de los cuales 24,1% resultaron ser de campo cercano y 10 fueron destructivos algunos de estos últimos resultaron ser de campo lejano.

Luego del terremoto del 16 de abril de 2016, el Gobierno de Ecuador, a través del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, comenzó a implementar el Sistema de Alerta Temprana para tsunamis y desbordamiento de ríos, en las provincias de Esmeraldas y Manabí. En esa primera fase se instalaron 98 sirenas, se definieron mapas de evacuación, identificación de sitios seguros, señaléticas y luminarias. Para el 2019, se ejecutará la segunda fase de implementación del SAT en las demás provincias restantes del perfil costanero: Guayas, Santa Elena, El Oro y Galápagos. (Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, 2018).

1.1.4 ¿Qué son los Sistemas de Alerta Temprana (SAT)?

Los Sistemas de Alerta Temprana (SAT) son un conjunto de dispositivos tecnológicos que determinan la posibilidad de una amenaza hacia una o más poblaciones, esta anticipación se da mediante el monitoreo de una o varias señales físicas que intervienen en amenaza. La importancia de los SAT es la prevención de pérdidas humanas y de bienes materiales de difícil recuperación (cultivos e infraestructura), y que a través de ellos se puede recolectar la información necesaria para el pronóstico de la ocurrencia y así facilitar la amortización de eventos futuros (Merlos, 2011).

El objetivo principal del SAT es el pronóstico temprano de una posible amenaza a una población vulnerable, la eficiencia del cumplimiento de este objetivo está en dependencia de la articulación que tienen diferentes entidades en la toma de decisiones que conlleven a prevenir dichas amenazas. (Vargas, Tovar-Rubiano, & Villanueva-Muñoz, 2016).

Contreras. (2014), sostiene que una de las medidas más eficientes para disminuir el riesgo de un tsunami es la incorporación de este peligro en los instrumentos de planificación urbana, para evitar especialmente la instalación de hospitales, colegios, asilos de ancianos, servicios de seguridad y de respuesta a emergencias en sectores de alto riesgo de inundación. Actualmente el 40% de la población urbana del Ecuador se encuentra en las principales ciudades de la Costa: Esmeraldas, Manta, Bahía de Caráquez, La Libertad, Salinas, Guayaquil, Puerto Bolívar y Machala. Toda esta población es vulnerable frente a un tsunami.

1.2 Aportes teóricos de la Escuela de Palo Alto

Los autores de la Escuela de Palo Alto son Gregory Bateson, Paul Watzlawick y Don Jackson, coincidieron en construir una teoría de comunicación humana que pudiera ser aprovechada en contenidos como la psicoterapia y el sistema familiar. (Rizo, 2004).

Estos autores manifiestan que la comunicación debe estudiarse desde la óptica de las ciencias humanas, donde la investigación resalta en un factor relevante en la comunicación en temas de contextualización y sistemas circulares. Indicaron que la comunicación se la debe estudiar como un proceso multidinámico, integrado, incomprensible sin tomar en cuenta el contexto del entorno.

Los fundadores de la Escuela de Palo Alto, en su libro Teoría de la Comunicación Humana (1967) analizaron los axiomas de la comunicación. Para ellos: - Es imposible no comunicar, esto se refiere a que todo tipo de conducta de un individuo, tiene un mensaje y un propósito para los demás. – En la comunicación se debe distinguir el contenido de los mensajes entre emisores y receptores. – La interacción estará siempre condicionada por la consecuencia de la comunicación de los individuos. – Las relaciones de comunicación es equilibrada y suplementaria, según se sustente en la igualdad o diferencia de los participantes.

Los axiomas demuestran que la comunicación entre seres humanos estará condicionada por la interacción entre los mismos participantes, en los que todos pueden comunicar algo. Con esta visión, se rompe el modelo de comunicación unidireccional en la que el emisor siempre lanzaba su mensaje y no esperaba una retroalimentación de sus

públicos. La comunicación no es solo cuestión de acciones y reacciones, sino que va mucho más allá y se convierte en un sistema complejo de interpretaciones e interacciones.

Estas interacciones y acciones no pueden entenderse sino encajan en un contexto. Mucchielli (1998) explica que para encuadrar observaciones, se debe aprender a observar el entorno de un fenómeno comunicativo para lograr una percepción de los participantes.

La Escuela de Palo Alto resalta la manera en que se da y cómo se da una situación, dejando a un lado la preocupación sobre las diferentes circunstancias y los participantes de ese contexto. (Rizo, 2004).

1.3 Comunicación organizacional

Los seres humanos tienen la necesidad de interactuar con otros seres de su misma naturaleza, para ello Islas (2014) explica que lo que diferencia al ser humano de otros animales es la capacidad de simbolizar, representar sus ideas y emociones para que sus similares las conozcan y logren expresar las de ellos.

De ahí surge la necesidad de generar e intercambiar información a partir de la comunicación mediante gestos, signos, señales, sonidos, imágenes, entre otros. La comunicación ha sido parte intrínseca de los seres humanos para el desarrollo de la sociedad.

Según Dolan, Martin & Soto (2004), la comunicación es un proceso bilateral para intercambiar información entre mínimo dos personas o grupos, cuyo emisor es el quien difunde el mensaje, y el receptor es quien lo recibe y comprende porque la información debe tener una significación.

En materia propia de la comunicación organizacional, Fernández Collado (1999) dice que este tipo de comunicación se desarrolla en cualquier institución para generar y mantener correctas relaciones entre sus integrantes, usando distintas alternativas de comunicación.

Túñez & Altamirano (2015) indica que este tipo de comunicación se puede dar desde cualquier organización y añade que las particularidades del tipo de organización es lo que después nos puede permitir hablar de aspectos específicos de la comunicación: Gubernamental, institucional, empresarial, comercial.

1.3.1 Comunicación Interna

Se refiere a comunicación interna a los procesos comunicacionales que se llevan dentro de la organización, es decir, aquella que requiere que sus mensajes sean dirigidos a los miembros de la misma para lograr una mejor relación entre los individuos, mantener un ambiente agradable, entre otras.

Welch & Jackson (2007) la identifican con “un proceso entre los administradores estratégicos de la organización y sus grupos de interés internos”. Lojo (2011) afirma que este tipo de comunicación tiene como objetivo principal dirigir la Cultura Organizacional hacia la dirección deseada; es decir, hacia la concreción de los objetivos que la organización se propone.

Capriotti (1998) señala que la comunicación interna es el intercambio de información entre todos los niveles de una organización, esto quiere decir que dentro de la organización existe una interactividad entre los miembros de la organización, y esto favorece a la

circulación de la información dentro de la empresa de una forma rápida y fluida. Por otra parte, también favorece la coordinación de las tareas y esfuerzos entre las diferentes áreas o unidades de la compañía. De esta manera, la organización adquiere una dinámica y agilidad mayor, que le permitirá ir adaptándose con mayor rapidez a las diferentes situaciones que se le presenten.

1.3.2 Comunicación externa

Si la comunicación interna se refería a todos los procesos comunicacionales que se producían dentro de una organización con sus integrantes, la comunicación externa es todo lo contrario, lo hace hacia sus públicos que están fuera de la organización.

Para Andrade (2002), este tipo de comunicación se da en diferentes organizaciones y sus mensajes están orientados a sus públicos externos, para lograr una relación acorde con ellos y demostrar una buena imagen para conseguir objetivos establecidos como promocionar sus servicios o artículos.

Se entiende como comunicación externa al proceso comunicacional de difundir mensajes desde una organización hacia los individuos de la opinión pública a través de los medios de comunicación social. (Sánchez Calero, 2005).

La comunicación externa funciona tras la necesidad de una empresa en relacionarse con otros públicos externos a los suyos, ya que sin ellos, su función productiva no se podría desarrollar. (López, 2006).

La que la organización y sus públicos puedan lograr sus objetivos, es necesario que se dedique tiempo y esfuerzo en desarrollar estrategias comunicativas que permitan conocerlos: determinar de dónde provienen, cuáles son sus gustos, expectativas, etc.

1.3.3 Instrumentos de comunicación

Según Saló (2005) los instrumentos de la comunicación los usan las organizaciones para desenvolver la comunicación con distintos públicos receptores que estén vinculados a la propia actividad de la organización. Esta distinción de los públicos receptores se incluye en el plan de comunicación que establece directrices y acciones con los medios de comunicación con sustentos oportunos para su ejecución y desarrollo de los objetivos de la organización.

Para Libaert (2005) los instrumentos de la comunicación pueden seleccionarse con base en varios aspectos de la acción estratégica: el mensaje, objetivos de comunicación y los destinatarios. Estos instrumentos se utilizan para regular y establecer mecanismos de comunicación para la organización con el fin de reforzar las distintas vías de comunicación durante el proceso de operatividad y de gestión. Por eso, es importante realizar una correcta selección de los recursos que se invertirán en manejo con medios de comunicación y en la ejecución del plan de comunicación estratégico de la empresa. (Saló 2005).

Libaert (2005) menciona que existen tres tipos de instrumentos de comunicación: los directos y personales, tienen relación con contactos espontáneos, entrevistas, reuniones, o todo tipo de relación directa con los grupos de personas; los impresos son todo tipo de comunicación que ha sido plasmada sobre algún soporte físico como libros, boletines, revistas, folletos, entre otros; y los digitales son los que poseen un elevado nivel de

penetración en la sociedad contemporánea, en este grupo están el internet, intranet, e-mail, u otro medio digital de alto impacto.

Portillo (2012) establece que los instrumentos de comunicación deben utilizarse de manera eficaz según la importancia del tema o tipo de mensaje que se vaya a difundir y al tipo de públicos ya sea interno o externo.

1.3.4 El Dircom

Costa (2005) explica que el director de comunicaciones debe ser formado en medición de la gestión empresarial, deberá tener una actitud autodidacta y su educación superior tendrá que haber tenido una base humanista.

Costa (2008) explica que el gran principio del Dircom es: “La comunicación eficaz antes de ser un instrumento para...” es, necesariamente una estrategia. La comunicación empresarial no puede ser sino estratégica. Agrega que el objetivo del Dircom es básicamente ser estrategia y solo comunica o actúa como transmisor cuando habla en nombre y representación de la empresa o de la institución. Pero su rol es ser estrategia corporativo o global, y la comunicación es su herramienta.

1.4 Plan Estratégico

1.4.1 Planeación Estratégica de la Organización

Aljure Saab (2015), explica que el proceso de planeación en una organización consiste en establecer objetivos, procesos o actividades necesarias para lograr esos objetivos, establecer recursos financieros, equipos, materiales y todo tipo de medios o canales para

lograr esos objetivos; los proveedores de los recursos y las formas en que se mide estos recursos y cómo se logra el cumplimiento de cada uno de los objetivos.

Luego de la planeación continúa un subproceso denominado organización, ejecución y control. En el primero, explica Aljure Saab (2015), se disponen de los recursos y parámetros de todo tipo (política, normas estándares) que se requieren para poder desarrollar el plan establecido. En la etapa de ejecución se implementa el plan con dichos recursos. Y el control consiste en verificar que los recursos se utilicen apropiadamente y se analizan que los objetivos se cumplan.

De todo este proceso de planificación en la organización, que los directivos han establecido para un periodo corto de tiempo (3 a 5 años), se obtiene el Plan Estratégico de la Organización.

Para poder elaborar una planeación estratégica de la organización, Aljure Saab (2015) establece que se deben cumplir cinco etapas básicas: Análisis de la situación interna y externa; diagnóstico de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA); definición de objetivos de la organización; definición de los ejes de acción y de las tácticas y/o actividades para cumplir los objetivos; y establecer un cronograma con presupuesto y mecanismos e indicadores de control.

1.4.2 Planeación Estratégica de la Comunicación

Una vez que hemos revisado en qué consiste la Planeación Estratégica de la Organización, viene una segunda parte: definir las estrategias comunicacionales para poder alcanzar los objetivos que la empresa se ha planteado.

“La planeación estratégica de la comunicación es un proceso enfocado al análisis de la situación, al establecimiento de los objetivos de comunicación, a la especificación de los procesos, canales, tácticas y acciones operativas necesarias o de los recursos relacionados para cumplir con dichos objetivos, además de la definición de los mecanismos e indicadores para medir y controlar el impacto de la gestión de comunicación”, (Aljure Saab, 2015, p. 77).

En este sentido, un plan estratégico de comunicación ayudará a la organización a establecer sus objetivos claros comunicacionalmente para poder fortalecer su imagen institucional con mecanismos previamente analizados y estructurados para su posterior ejecución y control.

1.4.3 Metodología para elaborar un plan estratégico de comunicación, según el Modelo de Andrés Aljure Saab

El modelo metodología para elaborar la propuesta del diseño de un plan estratégico de comunicación de Andrés Aljure Saab, consiste en siete etapas.

Etapas 1.- Análisis de la situación: Aquí se incluyen los factores internos y factores externos de la organización, generando un análisis real de la situación actual de la empresa. El trabajo de análisis debe iniciar con la identificación de la comunicación que tenga concordancia con la estrategia organizacional de la entidad para poder aplicar el Plan Estratégico de Comunicación (PEC) y poder trabajar con la misión, visión y objetivos.

Posteriormente el análisis debe realizarse a todos los puntos focales y las áreas administrativas y operativas de la institución para que logren una coherencia que permita una futura ejecución del desarrollo propuesto (PEC).

Etapa 2.- Análisis DOFA: En esta etapa se identifican y analizan las debilidades y fortalezas, considerados como los factores internos, y las oportunidades y amenazas, como factores externos. Esta fase permite clasificar y priorizar los problemas o falencias de la institución para conocer a profundidad en qué área clave poder trabajar para reforzar o mejorar. El Análisis DOFA también permite identificar algunos objetivos del plan estratégico de comunicación. Es importante señalar que las **Debilidades** son todas aquellas deficiencias materiales o humanas que afectan el funcionamiento interno de la empresa. Las **Oportunidades** son los factores positivos, explotables y favorables que se debe cuidar y descubrir en el interior de la empresa para tener ventajas competitivas. Las **Fortalezas** es el potencial humano y material con el que cuenta la empresa, este aspecto es el más fundamental para la organización puesto que aquí es donde también se capitaliza el personal humano. Las **Amenazas** son las situaciones que provienen o se generan en el exterior de la organización y puede poner en juego la reputación y trayectoria de la institución de manera negativa.

Etapa 3.- Definición de objetivos estratégicos de comunicación: Aljure Saab (2015) explica que esta etapa depende de las dos anteriores. La identificación de problemas, situaciones o retos organizacionales que puedan ser intervenidos a través de la gestión de la comunicación es el resultado que se fija como promesa organizacional frente a los retos identificados. Para ello es importante establecer indicadores de porcentajes, tiempos, etcétera para que al final se pueda medir o cuantificar el alcance propuesto y que sea viable lograrlo.

Etapas 4 y 5.- identificación de los públicos y la definición de los mensajes: En esta etapa 4 es importante conocer e identificar cuáles son los públicos de la organización que pueden generar valor al proceso. Para eso se debe identificar todos los públicos con los que la organización suele interactuar, esto tomando en cuenta las dos etapas anteriores. Este proceso nos va a servir para poder priorizar los públicos y definir los mensajes que serán difundidos a ellos. La definición de los mensajes dependerá de las características y condiciones que tenga el público como necesarios para la comunicación.

Etapas 6.- plan de acción: Es el punto que oriente hacia dónde estará encaminado el Plan Estratégico de Comunicación. En esta etapa se establecen las acciones concretas para dar solución a las debilidades priorizadas. Aquí se establecen responsabilidades, tiempos de ejecución de las actividades, elaboración de un cronograma, establecer presupuesto económico y el cumplimiento de estos procesos determinará la efectividad y operatividad del PEC.

Etapas 7.- definición de indicadores: En esta etapa se definen los instrumentos de medición que al final permitan una medición de las acciones propuestas a través de todas las actividades.

Es importante dar seguimiento a los indicadores de gestión, aquellos que nos permiten identificar si se están usando correctamente los recursos según el plan. Mientras que los indicadores de impacto permiten medir si el objetivo se está alcanzando o no y replantear o sustituirlo. En esta etapa se puede evaluar periódica y seguidamente la ejecución del Plan Estratégico de Comunicación.

Capítulo II. Marco Metodológico

Capítulo II. Marco Metodológico

El presente trabajo de investigación tendrá un enfoque mixto. Este modelo, explican Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista-Lucio (2010) en su libro *Metodología de la Investigación*, representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un manejo completo de los dos enfoques y una mentalidad abierta. El enfoque mixto agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques.

Con el enfoque cualitativo, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido. (Hernández Sampieri et al. 2010).

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Hernández Sampieri et al. 2010).

En este sentido, el presente trabajo de investigación abordará los dos enfoques. Con el enfoque cualitativo, a través de la entrevista al Jefe de Prensa del Gobierno Autónomo del cantón Salinas, se busca conocer cómo es el estado actual de la comunicación en dicha institución y al Director de la Unidad de Gestión de Riesgos, para conocer si poseen o no

herramientas y estrategias para poder socializar la II Fase de la implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami. Mientras que con el enfoque cuantitativo, a través de las técnicas de la encuesta se pretende conocer más aspectos puntuales de los públicos externos del GAD, que con el procesamiento de datos nos ampliarán claramente un panorama más cercano y real a las necesidades que se aplicarán en la propuesta, como por ejemplo, la edad de las personas, el sexo, si son personas turistas o residentes del cantón, en caso de ser turistas con qué frecuencia visitan Salinas, en qué sector económico trabajan, qué tipo de información reciben del GAD de Salinas, a través de qué canales. Esto nos ayudará a delimitar y puntualizar de mejor manera la estrategia comunicacional a aplicar.

En cuanto a los alcances de la investigación se plantea comenzar con alcance exploratorio. Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el propósito es examinar un tema o una problemática poco estudiada, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. (Hernández Sampieri et al. 2010).

En este sentido, este tipo de alcance permitirá conocer más a fondo cómo está la situación actual de los procesos de comunicación del GAD de Salinas y si poseen o no alguna estrategia en curso para poderla mejorar o potenciar.

Luego se pretende continuar con un aspecto descriptivo, que este tipo de alcance busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernández Sampieri et al. 2010).

Esto ayudará a medir, evaluar y recolectar datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes de la comunicación del GAD de Salinas para la II Fase de

implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami, lo que nos ayudará a encontrar variables que permitan estructurar de mejor manera la estrategia.

Finalmente, se pretende que la investigación culmine con un estudio explicativo, estos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué se relacionan dos o más variables. (Hernández Sampieri et al. 2010).

De este modo, este tipo de estudio nos permitirá conocer en qué condiciones se encuentra la situación comunicacional del GAD de Salinas y por qué es importante aportar con el diseño del plan de comunicación para la implementación de la II fase del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami y cómo sería su relación con los públicos externos.

Posterior a este proceso, para continuar con la investigación se utilizarán las técnicas de la entrevista y la encuesta, con la elaboración de una guía de entrevista y cuestionarios de preguntas que serán formuladas a los públicos externos del GAD de Salinas. Este procedimiento comenzará realizando una cita previa con las autoridades vía telefónica para agilizar el proceso. Las respuestas brindadas por lo protagonistas serán grabadas en audio, para luego analizarlo en el siguiente capítulo de la investigación. En cuanto a la técnica de la encuesta, se obtendrá información con respecto a los fenómenos y procesos que no se pueden obtener de forma explícita en la observación complementando la investigación de forma estadística.

Se realizarán cuestionarios escritos que serán aplicados a la muestra seleccionada, cuyas preguntas estuvieron orientadas cómo es el vínculo comunicacional con el GAD de Salinas, qué mensajes informan o reciben y a través de qué canales; y si las personas encuestadas conocen más sobre el proyecto de la II Fase de implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami en el cantón y de qué manera esta información le servirá.

La muestra que se emplea en la presente investigación se calculará con un 95% de confianza y con un margen de error del 5% con un tamaño poblacional de 68.675 habitantes. Para su cálculo se recurrió a la siguiente fórmula:

$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$	Donde: n: tamaño de muestra z: valor asociados el nivel de confianza (1,96%) p: proporción de la población con las características deseadas (éxito) (0.5) q: proporción de la población con las características deseadas (fracaso) (0.5) e: nivel de error a cometer (5%). N: tamaño de la población (68.675 habitantes de la ciudad de Salinas de acuerdo al último censo realizado por el INEC)
$n = \frac{1,96^2(0.5 (0.5))}{0.05^2 + \frac{1,96^2(0.5 (0.5))}{68.675}}$	
$n = \frac{0,9604}{0,00250036311}$	
n= 384	

Con el cálculo realizado la muestra quedó en 384 habitantes que serán encuestados de forma aleatoria, permitiendo una mayor cantidad de información que fundamenta la gestión comunicativa del cantón en Salinas, permitiendo profundizar en los problemas de comunicación que actualmente tiene el cantón.

2.1 Análisis de Resultados

En ésta sección se realizará un análisis de las técnicas empleadas para responder a los objetivos que se plantearon inicialmente. En primera instancia se presentarán los datos obtenidos de las entrevistas y finalmente de los resultados logrados en las encuestas, que servirán para estructurar de mejor manera la estrategia en la propuesta.

2.1.1 Análisis de la comunicación del GAD Municipal de Salinas

Para conocer más de cerca cómo funciona la comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas, se entrevistó al Jefe de Prensa de la institución, Eduardo Basilio González. Él comentó que el GAD de Salinas posee un Departamento de Comunicación integrado por un Dircom, un Jefe de Prensa y doce personas que realizan funciones administrativas y de logística. Este departamento gestiona la comunicación interna con información básica e importante concerniente a lo que ocurre dentro de la organización y su canal de comunicación es el uso del correo electrónico institucional o de manera presencial en las diferentes áreas que posee el GAD. La prioridad es la comunicación externa donde informan a la ciudadanía sobre obras, eventos y actividades que se van suscitando diariamente.

En cuanto a los públicos externos con los que el GAD de Salinas mantiene mayor interacción están los líderes y presidentes barriales, a quienes se imparten capacitaciones de liderazgo y temas de prevención ante eventos peligrosos; presidentes de los GAD parroquiales de José Luis Tamayo y Anconcito, con ellos el Municipio mantiene un intercambio de comunicación para socializaciones, con la presencia del alcalde y la interacción con la comunidad.

Entre los canales de comunicación que usa el GAD de Salinas para sus públicos externos están los materiales impresos como volantes, díptico, trípticos, afiches para informar a la ciudadanía de las actividades que se van a realizar, en lo social, deportivo e infraestructura. También usan la técnica del perifoneo, para socializar los eventos y obras que el Municipio va a realizar. Los boletines de prensa con información relevante de las acciones ejecutadas por el GAD van dirigidas a diferentes medios de comunicación: prensa escrita, televisión, radio y medios digitales para que sean replicados y comunicados a la ciudadanía en los diferentes espacios noticiosos de cada medio.

El Municipio posee un sitio web <http://www.salinas.gob.ec/> donde se publican las principales noticias sobre actividades que ha realizado el alcalde Daniel Cisneros, las obras ejecutadas, los eventos que realizarán. Dentro del mismo sitio web existe un portal ciudadano donde la ciudadanía puede realizar trámites en línea como consultas de trámites, consultas de deudas pendientes, procesos. Además posee una sección de gaceta municipal, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), Guía de trámites, contacto telefónico, gaceta tributaria, una sección turística, organigrama institucional, resoluciones, actas de los consejos, sección de información histórica del cantón. El sitio web proporciona su misión, visión, contacto y botones de las redes sociales.

Sin embargo, las cuentas de redes sociales del GAD de Salinas son las del alcalde Daniel Cisneros en Twitter ([@Daniel61sneros](#)), Facebook ([Daniel Cisneros](#)) e Instagram ([daniel.cisneros](#)). El GAD no posee cuentas de redes sociales institucionales. Toda la información se la comparte en las cuentas del alcalde por tema y estrategias políticas.

Las cuentas del alcalde, están manejadas más impulsando la imagen de él como persona y las obras que se ejecutan bajo su administración y no fortaleciendo la imagen de la institución y en las publicaciones, se observó que poca información sobre la II Fase de Implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami o sobre alguna medida de prevención ante eventos peligrosos.

Con base en la información brindada por el Jefe de Prensa del GAD de Salinas se armó la siguiente matriz de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del Municipio:

Tabla 1. FODA del GAD Municipal de Salinas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Inmediatez en las noticias	Capacitación a los colaboradores	No posee estrategia de comunicación	Enemigos políticos
Socialización de las noticias	Convenio con empresa público y privadas	Retrasos en procesos en ciertas áreas del GAD	Sitios web o noticias falsas
Buen manejo de redes sociales del alcalde	Alianza participativa con líderes barriales	Sin cuentas de redes sociales institucionales	Cuentas de redes sociales con noticias que desprestigian la institución.

Nota: Elaborado por autor, 2019

Con respecto a materia propia de la II Fase de implementación del SAT Tsunami, el GAD de Salinas ha realizado, primero, capacitación a su personal técnico con viajes a Japón o a entidades como el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias para que puedan adquirir conocimientos y luego dar charlas de capacitación y prevención a la comunidad.

El GAD de Salinas no posee un plan estratégico de comunicación para socializar el proyecto, solamente en las cuentas de redes sociales del alcalde y sitio web han publicado información relacionada a la instalación de las alarmas y señalizaciones, a firmas de convenio y a informar que el cantón ya cuenta con el Sistema de Alerta Temprana sin comunicar a la ciudadanía más detalles sobre su funcionamiento, ni las rutas de evacuación hacia las zonas de seguridad, o medidas de prevención en caso de ocurrir un tsunami.

2.1.2 Análisis de la gestión de riesgo del GAD Municipal de Salinas

Para conocer más detalles de cómo se maneja o gestiona la gestión de riesgo el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas, se entrevistó al Director de la Unidad de Gestión de Riesgos, Juan Yagual. Este departamento está conformada por cuatro jefaturas: Análisis de Riesgo, Monitoreo, Respuesta y Reducción de Riesgos; estas áreas tienen la misión de realizar inspecciones en predios y calificar el nivel de riesgos inundaciones, deslizamientos.

Uno de los públicos externos con los que mayor tienen interacción y prioridad son las instituciones educativas ya que brinda capacitación al personal educativo, docente y estudiantil en temas de prevención ante eventos peligrosos. Este departamento socializa las actividades a la comunidad con visitas puerta a puerta y perifoneo. Dos veces al año realizan un simulacro con hipótesis de sismo-tsunami, para medir las capacidades de respuesta de la población y las demás instituciones encargadas de ayudar durante una emergencia. Además han socializado con la comunidad, a través de charlas, sobre el sonido de las alarmas del Sistema de Alerta Temprana, fotos de los lugares en los que están ubicados, su funcionamiento y la estructura del SAT.

La Unidad de Gestión de Riesgos no cuenta con un documento o estrategia para que, junto con el Departamento de Comunicación del GAD de Salinas, puedan establecer pautas comunicacionales para comunicar a la ciudadanía sobre el proyecto.

En ese sentido, existe poca difusión de medidas de prevención ante eventos peligrosos en los diferentes canales de comunicación que usa el GAD de Salinas para esta finalidad. Y, sobre el proyecto de la II Fase de Implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunamis, es muy escasa la información. En el sitio web se encontraron tres noticias relacionadas a este tema, en 2016, 2017 y 2018.

2.1.3 Análisis de los datos cuantitativos

La encuesta fue aplicada al total de la muestra establecida de 384 personas en la ciudad de Salinas, provincia de Santa Elena, para conocer específicamente cómo es la comunicación y la información que maneja el GAD de Salinas con sus públicos externos y si la ciudadanía tiene conocimiento sobre la socialización de la II Fase de Implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami. En la técnica escogida del método cuantitativo se realizaron preguntas cerradas y fáciles de responder y fue de manera aleatoria.

Los resultados fueron los siguientes: Partiendo con la primera pregunta que indique su sexo masculino o femenino, el 60% fueron de sexo masculino y el 40%, femenino. El porcentaje de los encuestados fue en un alto porcentaje de personas de sexo masculino quienes respondieron las preguntas planteadas. Esto equivale a más de la mitad de las personas cuestionadas.

Tabla 2. Sexo de los encuestados

SEXO	PORCENTAJE	PERSONAS
MASCULINO	60%	230
FEMENINO	40%	154
TOTAL	100%	384

Nota: Elaborado por autor, 2019

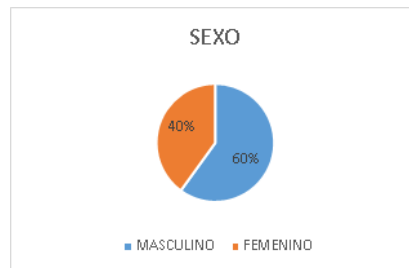


Figura 1 Sexo de los encuestados

La segunda pregunta fue orientada a conocer el rango de edades de los encuestados. El 49% de las personas encuestadas está en un rango de edad entre 29 a 39 años, mientras que un 28%, personas de entre 18 a 28 años fueron las que en segundo lugar respondieron en mayor número.

Tabla 3. Rango de edad de los encuestados

RANGO EDAD	PORCENTAJE	PERSONAS
18-28	28%	108
29-39	49%	188
40-50	13%	50
MÁS 51	10%	38
TOTAL	100%	384

Nota: Elaborado por autor, 2019

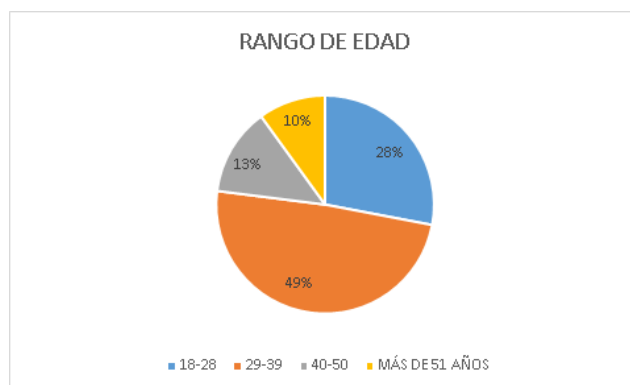


Figura II Rango de edad de los encuestados

La tercera pregunta estuvo orientada a conocer el sector donde viven los encuestados. El 59% de los encuestados vive en Salinas, correspondiente al sector urbano. Le sigue con un 22% personas que habitan en la parroquia rural de Anconcito y el 19% vive en la parroquia rural José Luis Tamayo. Cabe señalar que Salinas es la cabecera cantonal y lugar donde mayormente se concentran la mayoría de negocios e instituciones públicas y privadas del sector productivo.

Tabla 4. Sector donde viven los encuestados

SECTOR DE RESIDENCIA	PORCENTAJE	PERSONAS
SALINAS	59%	227
PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO	19%	73
PARROQUIA ANCONCITO	22%	84

Nota: Elaborado por autor, 2019

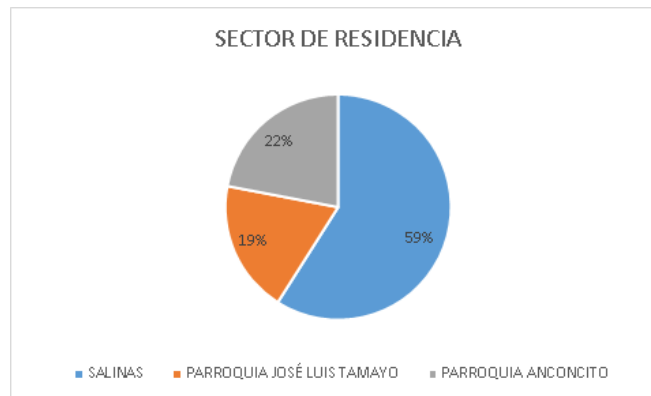


Figura III Sector donde viven los encuestados

La cuarta pregunta estuvo orientada a conocer en qué sector económico trabajan las personas encuestadas, con el fin de poder establecer estrategias comunicacionales y orientar la propuesta hacia un determinado sector. El 29% de los encuestados labora en empresas privadas, mientras que el 18%, lo hace en empresas públicas o instituciones de gobierno. Un 17% labora en el sector turístico del cantón, es decir en hoteles, restaurantes o agencias de turismo. El 15% de los encuestados trabaja en el sector pesquero, oficio tradicional del cantón Salinas.

Tabla 5. Sector económico donde trabajan los encuestados

SECTOR ECONÓMICO	PORCENTAJE	PERSONAS
PESQUERO	15%	58
TURÍSTICO (HOTELES, RESTAURANTES, AGENCIAS DE TURISMO)	17%	65
ARTESANAL	0%	0
EMPRESA PRIVADA	29%	111
EMPRESA PÚBLICA	18%	69
OTRO	12%	46
NINGUNO	9%	35

Nota: Elaborado por autor, 2019



Figura IV Sector económico donde trabajan los encuestados

En la quinta interrogante, se la planteó para conocer qué tipo de información recibe la ciudadanía por parte del GAD de Salinas. El 34% de personas respondieron que no reciben ninguna información por parte de la Municipalidad, mientras que el 30% encuestados mencionaron haber recibido medidas de prevención ante sismo y tsunami; y el 20% de ciudadanos afirmaron que recibieron información sobre las obras que está ejecutando la Municipalidad. Un porcentaje mínimo indicó haber recibido información sobre trámites y reuniones que mantienen las autoridades en territorio o para socializar algún tipo de obra que haya ejecutado el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas.

Tabla 6. Información que reciben por parte del GAD Municipal de Salinas los encuestados

INFORMACIÓN RECIBIDA DEL GAD	PORCENTAJE	PERSONAS
INFORMACIÓN DE OBRAS	20%	77
REUNIONES DE AUTORIDADES	5%	19
MEDIDAS DE PREVENCIÓN (SISMO-TSUNAMI)	30%	115
INFORMACIÓN SOBRE TRÁMITES	11%	42
NINGUNA	34%	131

Nota: Elaborado por autor, 2019

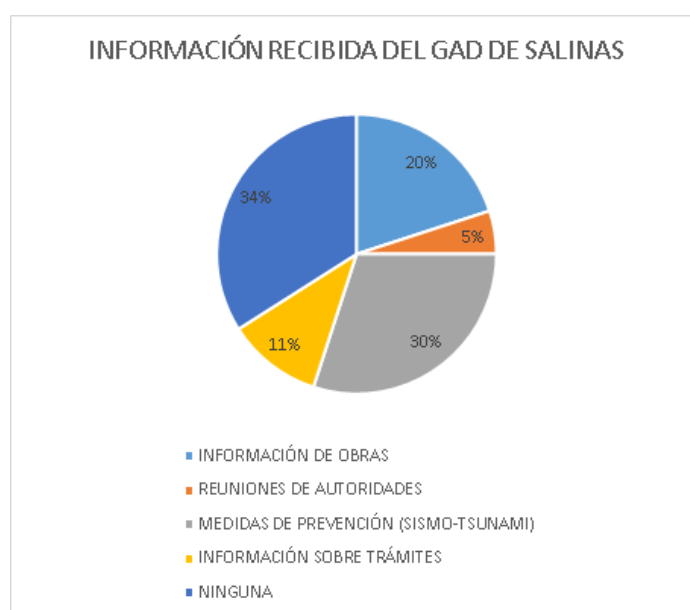


Figura V Información que reciben por parte del GAD Municipal de Salinas los encuestados

En la sexta pregunta, se conoció los canales de comunicación que usan el GAD de Salinas para informar a sus públicos. Relacionando esta interrogante con la anterior, existe una coincidencia, puesto que el 33% de los encuestados, correspondiente a la gran mayoría, dijeron no haber recibido información del Municipio por ningún canal. El 25% equivalente a 96 encuestados, dijo haber recibido información a través de las redes sociales del alcalde,

Daniel Cisneros; y el 14% personas expresaron que a través de los medios tradicionales como radio, televisión y prensa escrita han recibido información.

Tabla 7. Canales de comunicación por los que han recibido información los encuestados

CANALES QUE HA RECIBIDO INFORMACIÓN	PORCENTAJE	PERSONAS
CORREO ELECTRÓNICO	6%	23
MATERIAL IMPRESO	10%	38
MEDIOS TRADICIONALES	14%	54
REDES SOCIALES	25%	96
VISITA PUERTA A PUERTA	12%	46
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	33%	127

Nota: Elaborado por autor, 2019



Figura VI Canales de comunicación por los que han recibido información los encuestados

Desde la séptima interrogante, se consultó a los encuestados si conocían detalles sobre el proyecto de la II Etapa de Implementación del Sistema de Alerta Temprana ante

Tsunami en Salinas, la mayoría, es decir, un 58% de personas respondieron afirmativamente, mientras que un 42% negó conocer el proyecto.

Tabla 8. Conocimiento en los encuestados sobre el proyecto del SAT Tsunami

CONOCE DEL PROYECTO SAT TSUNAMI	PORCENTAJE	PERSONAS
SI	58%	223
NO	42%	161

Nota: Elaborado por autor, 2019

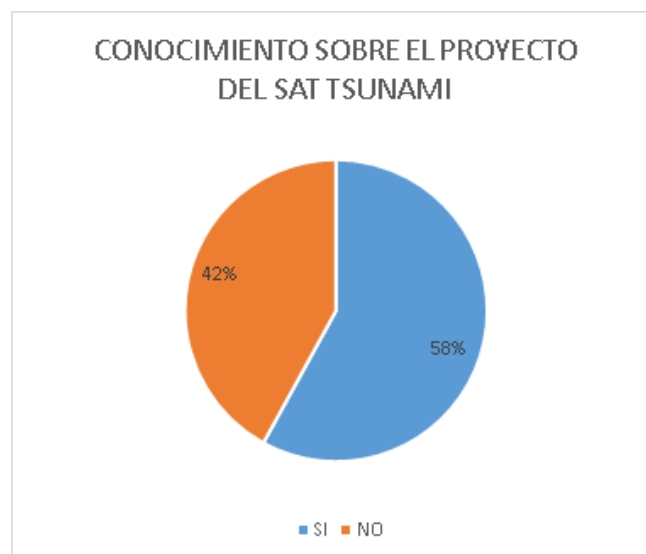


Figura VII Conocimiento en los encuestados sobre el proyecto del SAT Tsunami

La octava pregunta se la formuló en función del nivel de conocimiento sobre el proyecto del SAT Tsunami, es decir el 40% de personas respondieron que conocen poco del proyecto de la II Fase de Implementación, el 23% contestó que conocen “parte del proyecto”, y tan solo el 9%, es decir, 35 personas respondieron que sí conocen todo el proyecto. Estas respuestas dejan claro la necesidad de aplicar un plan de comunicación externa para poder socializar este proyecto.

Tabla 9. Nivel de conocimiento en los encuestados sobre el proyecto del SAT Tsunami

QUÉ TANTO CONOCE DEL PROYECTO DEL SAT TSUNAMI	PORCENTAJE	PERSONAS
MUY POCO	40%	154
POCO	12%	46
CONOCE PARTE DEL PROYECTO	23%	88
LO BÁSICO	16%	61
CONOCE TODO EL PROYECTO	9%	35

Nota: Elaborado por autor, 2019

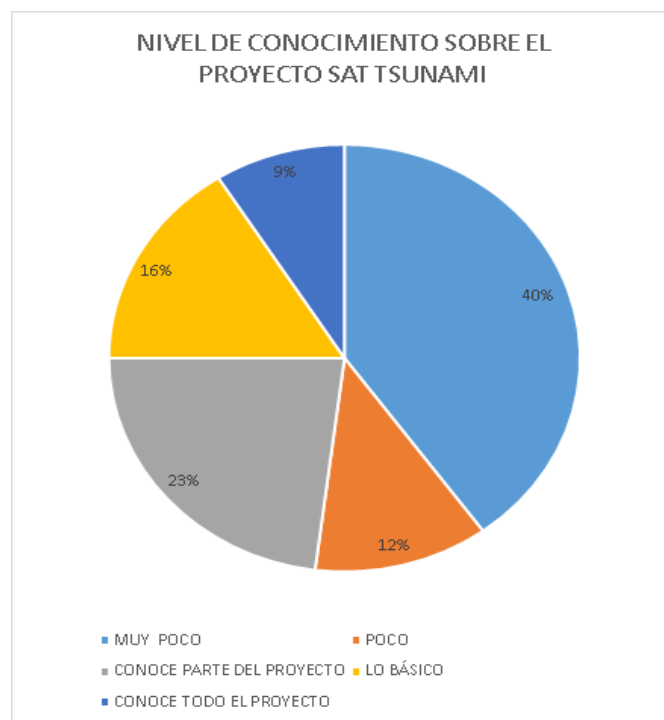


Figura VIII Nivel de conocimiento en los encuestados sobre el proyecto del SAT Tsunami

En la novena interrogante, se consultó a los encuestados por qué canales de comunicación le gustaría recibir más información con respecto a la II Fase de

Implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami. La mayoría, es decir el 43% respondió que desean recibir información del proyecto a través de redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram; el 16% prefiere que la información les llegue a través del correo electrónico y un 13% dijo que les gustaría recibir información por medio de mensajes de texto de Whatsapp. Con esta pregunta clave, queda claro que los mensajes a difundir en la propuesta deben ser canalizados por las cuentas de redes sociales y correo electrónico.

Tabla 10. Canales de comunicación que la ciudadanía desearía recibir información del proyecto del SAT Tsunami

CANALES DESEARÍA RECIBIR INFORMACIÓN	PORCENTAJE	PERSONAS
CORREO ELECTRÓNICO	16%	61
MATERIAL IMPRESO	10%	38
MEDIOS TRADICIONALES	9%	35
REDES SOCIALES	43%	165
MENSAJES DE WHATSAPP	13%	50
CARPAS INFORMATIVAS	9%	35

Nota: Elaborado por autor, 2019



Figura IX Canales de comunicación que la ciudadanía desearía recibir información del proyecto del SAT Tsunami

Y, finalmente, en la última pregunta se les consultó a los encuestados de qué manera les va a servir la información que les proporcione el GAD de Salinas sobre el proyecto del SAT Tsunami. El 48% equivalente a 184 personas dijeron que las ayudará a estar prevenido ante un tsunami. El 32% que refleja a 123 encuestados que les ayudará a conocer qué hacer durante un tsunami. Y el 20%, es decir, unas 77 personas, afirman que con la información que reciban comprenderán más detalles del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami.

Tabla 11. Importancia de recibir la información sobre el proyecto del SAT Tsunami

IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN	PORCENTAJE	PERSONAS
ESTAR PREVENIDO ANTE UN TSUNAMI	48%	184
CONOCER QUÉ DEBE HACER EN CASO DE UN TSUNAMI	32%	123
COMPRENDER EL FUNCIONAMIENTO DEL SAT	20%	77
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	0%	0

Nota: Elaborado por autor, 2019

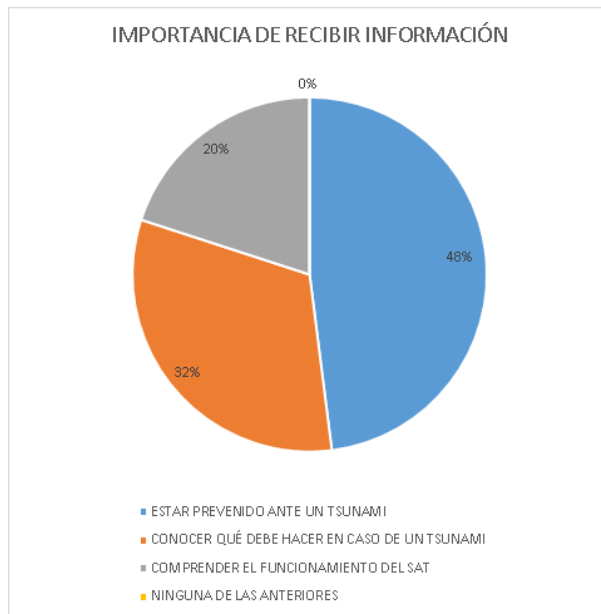


Figura X Importancia de recibir la información sobre el proyecto del SAT Tsunami

Capítulo III. Propuesta

Capítulo III. Propuesta

Etapas 1.- Análisis de la situación: El GAD de Salinas posee un Departamento de Comunicación integrado por un Dircom, un Jefe de Prensa y doce personas que realizan funciones administrativas y de logística. Este departamento, como se mencionó anteriormente, gestiona la comunicación interna con información básica e importante concerniente a lo que ocurre dentro de la organización y su canal de comunicación es el uso del correo electrónico institucional, teléfono a través de extensiones o de manera presencial en las diferentes áreas que posee el GAD. La prioridad de la institución es la comunicación externa donde informan a la ciudadanía sobre obras, eventos y actividades que se van suscitando diariamente. Para la presente propuesta, el GAD de Salinas no posee un plan de comunicación relacionada al proyecto de la II Fase de implementación del SAT Tsunami. Son pocos los mensajes de prevención que se han publicado en las cuentas de redes sociales del alcalde y en el sitio web, también es escasa la información que tenga relación con eventos peligrosos, en especial sobre sismos o tsunamis. En este sentido, se debe dar prioridad a comunicar medidas de prevención sobre un eventual tsunami a la ciudadanía de Salinas, para que la ciudad pueda tener gran conocimiento de las rutas de evacuación hacia zonas seguras y puedan actuar inmediatamente en caso de que se activen las sirenas del Sistema de Alerta Temprana.

Además se debe dar un giro en los canales digitales que maneja el GAD de Salinas, es decir, se debe crear cuentas de Twitter, Facebook e Instagram que sean para el Municipio, para otorgarle una imagen institucional y no personal de la organización, como actualmente se lo sigue realizando ya que se lo hace desde la cuenta del alcalde.

La Dirección de Comunicación junto con la Unidad de Gestión de Riesgos del GAD de Salinas debe trabajar articuladamente para poder establecer mensajes que vayan orientado a la prevención y fortalecimiento de capacidades en la ciudadanía.

La misión y visión institucional del GAD de Salinas es la siguiente, según se detalla en el sitio web:

Misión: Promover el desarrollo sustentable garantizando el derecho al Buen Vivir a través de proyectos de equidad, inclusión, ordenamiento territorial, participación ciudadana, medio ambiente, seguridad ciudadana, cultura, actividades deportivas en beneficio de sus habitantes. (GAD Municipal de Salinas, 2019)

Visión: Consolidar la institución en el desarrollo socio económico y productivo, ofreciendo mejores servicios públicos con calidad y eficacia, impulsando micro-proyectos dentro de las áreas de competencia a beneficio de los habitantes del Cantón. (GAD Municipal de Salinas, 2019)

Objetivo: Se buscará contribuir a través de la comunicación a fortalecer la cultura de prevención ante eventos peligrosos como sismo y tsunami en el cantón Salinas, con el fin de que puedan reaccionar rápida y oportunamente ante la inminente amenaza de un tsunami y así salvar vidas.

Etapas 2.- Análisis DOFA: Partiendo de una lluvia de identificaciones de problemas en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas, se define la siguiente matriz del DOFA.

Tabla 12. DOFA del GAD Municipal de Salinas

DEBILIDADES (factor interno)	OPORTUNIDADES (factores externos)	FORTALEZAS (factores internos)	AMENAZAS (factores externos)
El GAD de Salinas no cuenta con un plan de comunicación externa	Capacitación de organismos a personal del GAD	Publicación inmediata de las noticias que se generan en el GAD	Enemigos o contrincantes de grupos políticos
La información que se publica no va con un sentido de comunicar estratégicamente	Apertura con empresas público y privadas	Personal capacitado sobre eventos peligrosos	<i>Fake news</i> en algunos sitios webs o páginas con pocos seguidores que vinculan al GAD.
No posee cuentas de redes sociales institucionales, las actuales son del alcalde	Alianza participativa con líderes barriales	Buen manejo de las cuentas de redes sociales del alcalde	Denuncias ciudadanas a través de redes sociales.
Retrasos en procesos administrativos	Apertura con instituciones educativas	Predisposición del personal operativo para socializar eventos	Cantón vulnerable a eventos peligrosos como sismos y tsunami

Nota: Elaborado por autor, 2019

Etap 3.- Definición de objetivos estratégicos de comunicación: Con base en la información conseguida en las dos etapas anteriores y en los resultados obtenidos en las encuestas, se definió como objetivo principal de comunicación, el diseño del plan de comunicación externa del GAD de Salinas para la II Fase de Implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami.

Objetivo estratégico: Aumentar en un 50% el nivel de conocimiento de la ciudadanía sobre el proyecto del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami en Salinas, en un plazo de doce meses.

Objetivos específicos:

1. Informar a la ciudadanía sobre medidas de prevención ante tsunami
2. Informar a la ciudadanía sobre las rutas de evacuación y zonas seguras ante tsunami

Etapas 4 y 5.- identificación de los públicos y la definición de los mensajes: Tomando en cuenta el análisis de situación y el análisis DOFA, se ha definido los siguientes públicos objetivos de acuerdo a las características específicas de la problemática abordada y al cumplimiento del objetivo general y específicos en la etapa anterior.

Público objetivo a impactar

1. Definición y clasificación:

Comunicación externa

- Medios de comunicación del cantón Salinas
- Comités comunitarios del cantón Salinas y de las parroquias José Luis Tamayo y Anconcito
- Instituciones públicas: Gobernación de Santa Elena, Cuerpos de Bomberos, Armada del Ecuador, GAD Parroquial Rural de José Luis Tamayo y GAD Parroquial Rural de Anconcito
- Instituciones educativas: Escuelas, colegios, universidades.
- Empresa privada: Hoteles, restaurantes, agencias de turismo
- Gremio de pescadores

Comunicación Interna

- Colaboradores
- Familia de los colaboradores

2. Priorización:

En relación al impacto que se espera del proyecto y a la priorización de los problemas identificados, se ha priorizado a los públicos objetivos a los que irán dirigidos los mensajes de la presente propuesta por lo que los públicos a trabajar quedan conformado de la siguiente manera:

- Comités Comunitarios del cantón Salinas y de las parroquias José Luis Tamayo y Anconcito
- Medios de comunicación del cantón Salinas
- Gremio de pescadores
- Empresa privada: Hoteles, restaurantes, agencias de turismo

Definición de mensajes

Como el proyecto del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami es de administración del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas, los mensajes a difundir deben ser claros, precisos y entendibles para la comunidad a través de canales de comunicación fáciles de acceder para el público objetivo, además la institución debe crear las nuevas cuentas de redes sociales institucionales para un mejor posicionamiento de imagen como GAD y organismo. De esta manera la ciudadanía podrá identificar que los

mensajes de prevención y socialización del proyecto provienen del Municipio y no del alcalde.

Para la difusión de los mensajes se establecerán dos grupos principales: hombres y mujeres mayores de edad entre 18 a 28 años y de 29 a 39 años. Para la comunicación de los mensajes se tomará en cuenta el sector prioritario establecido anteriormente orientado al entorno, gustos y preferencias de comunicación de ese público seleccionado.

Entre los canales de comunicación por los que se difundirán los mensajes están:

- Redes sociales (Twitter, Facebook e Instagram)
- Correo electrónico
- Material impreso (afiches, trípticos, volantes, vallas publicitarias)
- Medios de comunicación (prensa escrita, televisión y radio)
- Líderes barriales de gestión de riesgos

Mensaje clave a difundir para identificación de la campaña o de socialización de proyecto:

- Salinas, segura ante tsunami
- #SalinasSegura

Etapas 6 y 7.- plan de acción y definición de indicadores:

Tabla 13. Plan de Acción

Objetivo Estratégico	Problemas Asociados	Plan de Acción Estrategias	Acciones Específicas	Indicador
Aumentar en un 50% el nivel de conocimiento de la ciudadanía sobre el proyecto del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami en Salinas, en un plazo de doce meses.	Poca difusión de los medios de comunicación sobre el proyecto.	Establecer un portafolio de comunicación externa.	Elaborar un plan de medios.	Medición del impacto noticioso a través de monitoreo de medios.
			Invitar a los medios de comunicación a conocer sobre el proyecto del sistema de alerta temprana y su funcionamiento.	Cuantificar el número de noticias publicadas en medios tradicionales.
			Publicación de video explicativo sobre el proyecto en redes sociales.	Medición del alcance e interacciones en redes sociales.
	Desconocimiento de medidas de prevención ante tsunami.	Informar a la ciudadanía sobre medidas de prevención ante tsunami	Elaboración de memes informativos para redes sociales.	Medición del alcance e interacciones en redes sociales.
	Poca socialización de las rutas de evacuación y zonas seguras.		Capacitaciones a los Comités Comunitarios de Gestión de Riesgos.	Cuantificar el número de personas capacitadas.
	No posee cuentas de redes sociales institucionales, las actuales son del alcalde.		Publicación de spots para TV, de 40 segundos, con medidas de prevención ante tsunami.	Cuantificar el número de veces que se publicó el spot y medición de rating.
			Cuñas radiales de 40 segundos con medidas de prevención ante tsunami	Cuantificar el número de veces que se publicó la cuña con medición de impacto.
			Entrega de material impreso como tríptico o volantes.	Cuantificar el número de personas a las que se entregó la información.
			Socialización de las señaléticas y rutas de evacuación y zonas seguras	Memes informativos sobre las rutas de evacuación y zonas seguras para redes sociales.
			Capacitaciones a los Comités	Cuantificar el número de personas

	Comunitarios de Gestión de Riesgos.	capacitadas.
	Creación de cuenta del Municipio en Twitter.	
Creación de nuevas cuentas de redes sociales institucionales	Creación de la página del Municipio en Facebook.	Cuantificar y verificar el número de nuevos seguidores.
	Creación de la cuenta del Municipio en Instagram.	

Nota: Elaborado por autor, 2019

Tabla 14. Cronograma del Plan Táctico

Cronograma - Plan Táctico				
Tácticas	Tiempo estimado	Área Responsable	Presupuesto total	Verificación
Creación de las cuentas de redes sociales del Municipio de Salinas	1 día	Comunicación	\$37.500 \$ 0	Capturas de pantalla y links de cada una de las cuentas.
Realizar una gira de medios en Salinas para explicar el proyecto del SAT Tsunami.	2 meses	Comunicación	\$ 0	Grabaciones, videos, fotografías, publicaciones de prensa y en redes sociales. Monitoreo de medios.
Recorrido técnico con medios de comunicación de Salinas y nacional para explicar in situ sobre las publicaciones y funcionamiento de las alarmas del SAT Tsunami.	2 meses	Comunicación	\$ 4.000	Registro de asistencia de los medios, grabaciones, fotografías, publicaciones en redes sociales, monitoreo de medios.

Difusión de video explicativo sobre el SAT Tsunami dos veces por semana en las cuentas de redes sociales del Municipio de Salinas.	3 meses	Comunicación	\$500	Video final
Generar memes informativos dos veces por semana sobre medidas de prevención ante tsunami.	12 meses	Comunicación	\$ 0	Memes informativos publicados en las cuentas de redes sociales del Municipio.
Realizar 3 cursos de capacitación a los integrantes de los Comités Comunitarios de Gestión de Riesgos.	6 meses	Unidad de Gestión de Riesgos del GAD de Salinas	\$3.000	Registro de asistencia a los cursos y entrega de certificados.
Difusión de 1 spot de 40 segundos para televisión sobre medidas de prevención ante tsunami y rutas de evacuación.	6 meses	Comunicación	\$20.000	Informe de publicación y alcance de públicos.
Difusión de spot de 40 segundos para radio sobre medidas de prevención ante tsunami y rutas de evacuación.	6 meses	Comunicación	\$5.000	Informa de publicaciones y alcance de públicos.
Generar memes informativos dos veces por semana sobre las rutas de evacuación y zonas seguras.	12 meses	Comunicación	\$ 0	Memes informativos publicados en las cuentas de redes sociales del Municipio.
Realización de simulacro de evacuación ante tsunami	2 veces al año	Comunicación - Unidad de Gestión de Riesgos del GAD de Salinas	\$5.000	Cobertura del evento, fotografías, video, publicaciones en medios de comunicación.
Sondeo de opinión sobre el nivel de conocimiento del proyecto del SAT Tsunami y medidas de prevención ante tsunami	2 veces al año	Comunicación	\$0	Encuestas, buzón de sugerencias.

Nota: Elaborado por autor, 2019

Conclusiones

El presente trabajo de investigación ha arrojado resultados importantes desde el punto de vista de la comunicación en situaciones en las que un evento peligroso podría causar graves daños en una población. El cantón Salinas, por estar en la parte más sobresaliente hacia el océano Pacífico de todo el perfil costero de Ecuador, es un punto considerable en el eventual caso de ocurrencia de un tsunami. Sin embargo, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas, no tiene preparado una estrategia de comunicación para fortalecer las capacidades de respuesta de sus ciudadanos. Es por esa razón que el presente trabajo realizado se enfoca en estrategias comunicacionales que permitan informar a la población para que esté prevenida ante la inminente amenaza de este tipo de evento peligroso. A continuación se detallarán algunas conclusiones que se derivan del presente proyecto de investigación:

- La importancia de que el Municipio cuente con cuentas de redes sociales institucionales independientes a las que actualmente se usan del alcalde Daniel Cisneros, va a dar un giro importante en la percepción de los públicos y le va a otorgar al Municipio de Salinas una imagen institucional enfocada como un todo y no como una figura personal o política, como se lo está realizando actualmente. Se debe diferenciar cuáles son las acciones que el GAD de Salinas debe difundir en sus propias cuentas de redes sociales y cuáles se debe difundir desde las cuentas del alcalde, de esta manera, se le restaría una fuerte carga de responsabilidad, en cuanto a imagen y reputación al alcalde Daniel Cisneros, en el hipotético caso de que ocurra alguna eventualidad que comprometa las actividades que realiza el Municipio. La comunicación organizacional dentro del GAD de Salinas debe fortalecerse abarcando

nuevos espacios con sus públicos internos, que están siendo descuidados para mantener un buen nivel de aceptación del alcalde con sus públicos externos.

- Establecer estrategias de comunicación por parte del Departamento de Comunicación del GAD de Salinas servirá para priorizar a qué mensajes o acciones deben darle mayor importancia, como por ejemplo, a la socialización de la II Fase de Implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami, mecanismo tecnológico que si es bien usado podría salvar la vida de toda una población, pero si no se le da la importancia a este proyecto, la ciudadanía estará vulnerable a las condiciones naturales en caso de que exista un tsunami en las costas de Salinas. De esta manera, el Departamento de Comunicación liderado por el Dircom, deberán analizar con mayor profundidad a sus públicos internos y externos y priorizar constantemente según las actividades que se vayan generando periódicamente.
- Las falencias y debilidades en los canales de comunicación es una urgencia dentro del Departamento de Comunicación del GAD de Salinas, ya que siguen estableciendo comunicación a través de línea telefónica o visitas a los departamentos dentro de la institución. El uso de nuevas tecnologías como el correo electrónico o portal de intranet permitirá mantener una comunicación puntual, directa, rápida y efectiva con sus públicos internos. Mientras que el perifoneo o visitas puerta a puerta con los que actualmente aún siguen comunicando y socializando proyectos, deben ser reemplazados por el uso de las nuevas tecnologías de la información, como redes sociales, mensajes personalizados de Whatsapp, de esta manera se tendría una interacción de doble vía con sus públicos externos que permitiría conocer, a través

de los comentarios de redes sociales, del interés y nivel de aceptación de las obras que ejecuta el GAD de Salinas.

- La presencia del Dircom dentro de la institución debe ser un aporte para establecer nuevas ideas y estrategias de comunicación que permitan al Departamento de Comunicación tener una programación concreta y prioritaria para alimentar los procesos comunicacionales en las redes sociales, sitio web y actividades en territorio apuntando a los objetivos organizacionales específicos.
- La propuesta del diseño del Plan de Comunicación Externa ayudará al Departamento de comunicación a incrementar su efectividad, veracidad y transparencia de comunicación mediante todos los canales sociales, de esta manera se logrará mantener una interacción continua con la ciudadanía.
- La fuerza que contengan los mensajes claves como “Salinas, segura ante tsunami”, debería verse reflejada en el nivel de conocimiento que posean los diferentes públicos establecidos en el presente proyecto de desarrollo con las acciones planteadas y evaluadas dos veces al año para realizar correcciones o fortalecer alguna acción que tenga que darse mayor prioridad.

Recomendaciones

Dentro del desarrollo de investigación se recomienda la creación de las cuentas de redes sociales institucionales, para canalizar toda la información y actividades que ejecute el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas.

Evaluar periódicamente el DOFA de la institución para aumentar las fortalezas y contrarrestar las debilidades, de esta manera se podrán establecer nuevas estrategias comunicacionales para futuros proyectos a ejecutar.

Visitar y capacitar a la comunidad educativa y al sector pesquero, pues son estos sectores que podrían ayudar a replicar los mensajes de prevención ante eventos peligrosos, sobre todo el sector pesquero que se vería vulnerable ante la ocurrencia de un tsunami.

Se recomienda la creación de un Manual de Crisis que apunte a comunicar mensajes claros en caso de que la institución se vea afectada en su imagen y reputación o si el alcalde es foco de cuestionamientos por su gestión. Asimismo, este Manual de Crisis que se sugiere implementar, ayudaría a establecer mecanismos o procesos de comunicación ante la ocurrencia de un evento peligroso para los públicos internos, puesto que para los públicos externos todas las autoridades del país y los organismos que integran el Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos, donde se incluyen los Gobiernos Autónomos Descentralizados, se rigen, en caso de una emergencia producida por algún evento peligroso, por el Manual del Comité de Operaciones de Emergencia (COE) realizado por el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, entidad encargada de asesorar y manejar las acciones de respuesta junto con los líderes del COE, donde constan los gobernadores, alcaldes y presidentes de las juntas parroquiales de todo el país.

Bibliografía

- (NOAA), National Oceanic and Atmospheric Administration. (2019). *Qué es un tsunami*. United States of America.
- Aljure Saab, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación: Método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Colombia: Editorial UOC.
- Andrade, H. (2002). *Definición y alcance de la comunicación organizacional*, En C. Fernández Collado, *La comunicación en las organizaciones*. México, D.F.: Trillas.
- Beck, S. (1993). *Variations in the rupture mode of large earthquakes along the South American subduction zone*. Oxford: Second ISAG.
- Capriotti, P. (1998). La Comunicación Interna. *Reporte C&D - Capacitación y Desarrollo*, 5-7.
- Contreras, M. (2013). Cronología de Tsunamis en Ecuador desde 1586 a 2012. *La Técnica: Revista de las Agrociencias*.
- Contreras, M. (2014). Riesgo de Tsunami en Ecuador. *Ingenius*.
- Costa, J. (2005). *El DirCom Online*. España: La Crujía.
- Dolan, S., Martin, I., & Soto, E. (2004). *Los 10 mandamientos para la dirección de personas*. España: Gestión 2000.
- Fernández Collado, C. (1999). *La Comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- GAD Municipal de Salinas. (2019). Obtenido de GAD Municipal de Salinas: www.salinas.gob.ec
- Giesecke, A., Gómez, A., Leschiutta, I., Migliorini, E., & Rodríguez, L. (2004). The CERESIS earthquake catalogue and database of the Andean Region: Background, characteristics and examples of use. *Annals of geophysics = Annali di geofisica*, 421-435.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista-Lucio, M. D. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Islas, O. d. (2014). *Comunicación, identidad y sentido de pertenencia en instituciones de educación superior*. Obtenido de Universidad Autónoma

del Estado de Hidalgo:
<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icschu/n4/e2.html#refe1>

Libaert, T. (2005). *El Plan de Comunicación Organizacional*. España: Limusa.

Lojo, A. P. (2011). Los públicos internos en la construcción de la imagen corporativa. *Cuaderno 35*, 85-94.

López, D. (2006). *Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones*. Colombia: Ediciones ECOE. Obtenido de ECOE Ediciones.

Merlos, E. (Abril de 2011). *El Sistema de Alerta Temprana (SAT) de San Pedro Masahuat, Departamento de La Paz, El Salvador*. Obtenido de Global Water Partnership: <https://www.gwp.org/globalassets/global/toolbox/case-studies/americas-and-caribbean/el-salvador.-early-warning-system-in-san-pedro-masahuat-community-418.pdf>

Mucchielli, A. (1998). *Psicología de la comunicación*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Portillo, G. (2012). *La Comunicación Externa en Universidades privadas con estudios a distancia*. Obtenido de Razón y Palabra: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/59_Portillo_V79.pdf

Rizo, M. (2004). *El Camino Hacia la “Nueva Comunicación”*. Breve Apunte Sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto. Obtenido de Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n40/mrizo.html>

Rizo, M. (2004). *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación*. Obtenido de Portal de la Comunicación: <http://www.portalcomunicacio.com/download/17.pdf>

Saló, N. (2005). *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. Buenos Aires: Paidós.

Sánchez Calero, M. L. (2005). *Desarrollo de la comunicación externa en la empresa*. Obtenido de Asociación de Egresados y Graduados Pontificia Universidad Católica del Perú: http://aeg.pucp.edu.pe/boletinaeg/articulosinteres/32/comunicaciones_sanchez.pdf

Servicio Integrado de Seguridad ECU 911. (2018). *Sistema de Alerta Temprana (SAT) beneficia a las localidades del perfil costanero del Ecuador*. Obtenido de Servicio Integrado de Seguridad ECU 911:

<https://www.ecu911.gob.ec/sistema-de-alerta-temprana-sat-beneficia-a-las-localidades-del-perfil-costanero-del-ecuador/>

Tuñez, M., & Altamirano, V. (2015). *Comunicar desde las organizaciones Tendencias, estrategias y casos*.

UNESCO. (2011). *Manual 10 preguntas 10 respuestas sobre el Sistema de Alerta Temprana*. Panamá.

Vargas, H., Tovar-Rubiano, M., & Villanueva-Muñoz, J. (2016). Los SAT (Sistemas de Alerta Temprana). *Revista científica*.

Welch, M., & Jackson, P. (2007). Rethinking internal communication: A stakeholder approach. *Corporate Communications: An International Journal*, 177-198.

Anexos

Anexo 1. Formato de la encuesta

2/10/2019

ENCUESTA SOBRE LA COMUNICACIÓN DEL GAD SALINAS

ENCUESTA SOBRE LA COMUNICACIÓN DEL GAD SALINAS

El presente cuestionario tiene como objetivo conocer más a fondo cómo es la comunicación y la información que maneja el GAD de Salinas con sus públicos externos.

1. 1. Indique su sexo

Marca solo un óvalo.

- ☐ Masculino
☐ Femenino

2. 2. Indique su rango de edad

Marca solo un óvalo.

- ☐ De 18 a 28 años
☐ De 29 a 39 años
☐ De 40 a 50 años
☐ Más de 51 años

3. 3. Si reside en Salinas indique en qué sector vive

Marca solo un óvalo.

- ☐ Salinas (sector urbano)
☐ Parroquia José Luis Tamayo
☐ Parroquia Anconcito

4. 4. Si es turista, con qué frecuencia visita Salinas

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy poco (una vez al año)	☐	☐	☐	☐	☐	Con mucha frecuencia (más de cinco veces al año)

5. 5. ¿En qué sector trabaja?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Pesquero
☐ Turístico (Hoteles, restaurantes, agencias de turismo)
☐ Artesanal
☐ Empresa privada
☐ Empresa pública
☐ Otro
☐ Ninguno

6. 6. ¿Qué tipo de información ha recibido del GAD Salinas?*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Información sobre obras que se están ejecutando
- ☐ Reuniones de las autoridades
- ☐ Medidas de prevención ante algún tipo de evento peligroso (sismo o tsunami)
- ☐ Información sobre trámites
- ☐ Ninguna

7. 7. ¿A través de qué canales ha recibido esta información?*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Correo electrónico
- ☐ Material impreso (Afiches, pancartas, letreros, trípticos)
- ☐ Medios tradicionales (televisión, radio, prensa escrita)
- ☐ Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)
- ☐ Visita puerta a puerta
- ☐ Por ninguna de las anteriores

8. 8. ¿Conoce detalles sobre la implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami en Salinas?*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Si
- ☐ No

9. 9. ¿Qué tanto conoce sobre la implementación del Sistema de Alerta Temprana ante Tsunami en Salinas?*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Muy poco	☐	☐	☐	☐	☐	Conozco todo sobre el proyecto

10. 10. ¿Por qué canales le gustaría recibir información?*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Correo electrónico
- ☐ Material impreso (Afiches, pancartas, letreros, trípticos)
- ☐ Medios tradicionales (televisión, radio, prensa escrita)
- ☐ Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)
- ☐ Mensajes de texto o de Whatsapp
- ☐ Carpas informativas en su sector de residencia

11. 11. Cree que la información que recibirá sobre este proyecto le ayudará a...*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Estar prevenido ante un tsunami
- ☐ Conocer qué debe hacer en caso de un tsunami
- ☐ Comprender el funcionamiento del Sistema de Alerta Temprana
- ☐ Ninguna de las anteriores

Anexo 2. Cuestionario de preguntas para entrevista al Director de la Unidad de Gestión de Riesgos del GAD Municipal de Salinas

Juan Yagual, Director de la Unidad de Gestión de Riesgos del GAD Municipal de Salinas

- 1. ¿Cómo está constituido el departamento que usted dirige y qué rol cumple en beneficio de la población?**
Conformada por 4 jefatura: Análisis de Riesgo, Monitoreo, Respuesta y Reducción de Riesgos.
Realizan inspecciones de predios y calificar el nivel de riesgos inundaciones, deslizamientos.
- 2. ¿Qué contenidos y a través de qué canales publican la información para sus públicos externos?**
A través del sitio web del municipio
A través de las redes sociales del Municipio (Daniel Cisneros)
- 3. ¿Con qué frecuencia realizan estas publicaciones?**
Dos o tres veces por semana.
- 4. ¿Quiénes son sus públicos externos y con cuáles mantiene mayor interacción?**
Líderes barriales, medios de comunicación, organismos de respuesta, instituciones educativas.
Se trabaja más con las instituciones educativas.
- 5. ¿Cuál cree usted que es el canal más adecuado para difundir la información para sus públicos internos y externos?**
Capacitación al personal educativo, docentes y estudiantes en temas de prevención ante eventos peligrosos.
Visitas puerta a puerta previa a alguna actividad con la comunidad y a la participación de los ejercicios de simulacros.
Se realizan dos veces en el año simulacro por sismo-tsunami.
- 6. Sobre la segunda fase de implementación del SAT Tsunami, ¿Qué tipo de información ha publicado y con qué frecuencia?**
Capacitamos a la comunidad con la socialización del sonido de la alarma del SAT y fotos de los lugares en los que están ubicadas, cuál es la estructura.
Par de ocasiones en la página del alcalde.
- 7. ¿Han elaborado alguna estrategia de comunicación para socializar este proyecto?**
No aportó mayor información.

8. ¿Disponen algún protocolo de comunicación o manual de crisis en caso de que se genere algún tipo de evento peligroso (sismo, tsunami) en Salinas? (de ser afirmativa la respuesta, conteste la siguiente pregunta)

Para el tema de tsunami lo emite el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias. De 6.9 para abajo queda a criterio del GAD de Salinas informar a la ciudadanía si evacúa o no; si es superior le corresponde activar la alerta al SNGRE.

9. ¿En qué consiste ese documento, lo han ejecutado alguna vez?

A través de la cadena de llamada de la Salas de Monitoreo.

10. ¿Qué aspectos cree usted que se deban fortalecer o mejorar desde la comunicación en su organización y por qué?

Mejorar en cuanto a equipos de la sala de monitoreo
Insumos para brindar a las brigadas comunitarias
Insumos para los Kit de Asistencia Humanitaria
Trabajar en equipo

Anexo 3. Cuestionario de entrevista con el Jefe de Prensa del GAD Municipal de Salinas

Eduardo Basilio González, Jefe de Prensa del GAD Municipal de Salinas.

1. ¿Cómo está constituido el departamento de Comunicación del GAD Salinas y qué rol cumple cada integrante?

Director de Comunicación - Jefe de Prensa - 12 personas en la parte administrativa y logística.

2. ¿Ustedes gestionan la comunicación interna y externa de la institución?

Lo básico e importante de comunicación interna.
Lo primordial de la comunicación externa las obras y actividades de la semana.

3. ¿Qué contenidos y a través de qué canales publican la información para sus públicos internos?

No aportó mayor información.

4. ¿Qué contenidos y a través de qué canales publican la información para sus públicos externos?

Volantes, díptico, trípticos, afiches para informar a la ciudadanía de las actividades que se van a realizar, en lo social, deportivo e infraestructura.
Perifoneo, socializar de los eventos y obras que se van a realizar

5. ¿Con qué frecuencia realizan estas publicaciones?

Semanal.

6. **¿Quiénes son sus públicos externos y con cuáles mantiene mayor interacción?**
Líderes, presidentes barriales, presidentes parroquiales, para hacer intercambio de comunicación para socializaciones, con la presencia del alcalde y la interacción con la comunidad.
7. **¿Cuál cree usted que es el canal más adecuado para difundir la información para sus públicos internos y externos?**
Interna vía telefónica y presencial visitando los departamentos
Externa - boletines de prensa, grupo de periodistas o comunicadores sociales.
8. **¿Disponen de cuentas de redes sociales? de ser positiva la respuesta detallarlas.**
Sitio Web
Facebook, Twitter e Instagram es del alcalde por tema político
Como institución no poseen excepto el sitio web.
9. **¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de su organización?**
Fortalezas.- Noticias inmediatas,
Debilidades.- Algunas falencias o retrasos de algunos departamentos del GAD
Amenazas.- Sitios web o cuentas de redes sociales falsas con poco impacto.
Rivalidad política.
Oportunidades.- Capacitación a los colaboradores
10. **Sobre la segunda fase de implementación del SAT Tsunami, ¿Qué tipo de información ha publicado y con qué frecuencia?**
Capacitación al personal técnico para poder impartir las charlas de prevención a la comunidad.
11. **¿Han elaborado alguna estrategia de comunicación para socializar este proyecto?**
No aportó mayor información.
12. **¿Disponen algún protocolo de comunicación o manual de crisis en caso de que se genere algún tipo de evento peligroso (sismo, tsunami) en Salinas? (de ser afirmativa la respuesta, conteste la siguiente pregunta)**
Cadena de llamada del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos.
Se activan los Comités de Operaciones de Emergencias.
13. **¿En qué consiste ese documento, lo han ejecutado alguna vez?**
No aportó mayor información.
14. **¿Qué aspectos cree usted que se deban fortalecer o mejorar desde la comunicación en su organización y por qué?**
Capacitación en el manejo de redes sociales e informáticas.
Mejorar la comunicación.
Fortalecer la comunicación en redes sociales.