



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y  
DERECHO**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO(A) EN PERIODISMO**

**TEMA**

**PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA COMO RECURSOS DE LA IMAGEN  
Y PROYECCIÓN INSTITUCIONAL**

**TÍTULO**

**ANÁLISIS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL CUERPO DE  
BOMBEROS MUNICIPAL DEL CANTÓN DURÁN**

**AUTOR(A):**

**Katherine Maholy Mendoza Reyes**

**TUTORA(A):**

**Lcda. Rocío Pizarro Matamoros MSC.**

**GUAYAQUIL**

**2022**



| <b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>  |   |
|--|---|
| <b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>  |   |
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b><br><i>“ANÁLISIS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL CUERPO DE BOMBEROS MUNICIPAL DEL CANTÓN DURÁN”</i>   |   |
| <b>AUTOR/ES:</b><br>Katherine Maholy Mendoza Reyes.  | <b>REVISORES O TUTORES:</b><br>MSC. Rocío Pizarro Matamoros |
| <b>INSTITUCIÓN:</b><br>Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil   | <b>Grado obtenido:</b><br>Licenciada en Periodismo.         |
| <b>FACULTAD:</b><br>Ciencias Sociales y Derecho  | <b>CARRERA:</b><br>Periodismo                               |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b><br>2022   | <b>N. DE PAGS:</b><br>88                                    |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Periodismo e información.  |   |
| <b>PALABRAS CLAVE:</b> comunicación, imagen, estrategias, periodismo, comunidad.   |   |
| <b>RESUMEN:</b><br><br><i>El Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán debido a su gran responsabilidad y aporte de servicio a la sociedad, realiza grandes esfuerzos por mejorar cada día sus servicios y capacitar a su personal operativo y administrativo, así como posesionar la imagen institucional de la entidad, con disciplina, compromiso y valentía teniendo como principal objetivo defender a la personas, naturaleza y bienes contra el fuego o cualquier</i> |   |

*catástrofe. La presente investigación se orienta a desarrollar un análisis de la imagen institucional del cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán, para esto se lo desarrollo desde un enfoque mixto que mezcló técnicas cualitativas y cuantitativas desde un ambiente de investigación de campo, donde la ciudadanía duraneña rindió sus opiniones y perspectivas con respecto al funcionamiento de la imagen institucional de Bomberos Durán. Se realizó una entrevista al primer jefe de la institución Bomberil, quien ejerce la función operativa y administrativa de la entidad y una encuesta a la comunidad.*

*Los resultados demostraron que la institución requiere de un plan estratégico comunicacional que permita tener una mayor apertura a los nuevos métodos de comunicación que se fomentan en la actualidad. Además, que es competencia del área de comunicación social evaluar sus procesos comunicacionales que conlleven a nuevas estrategias eficientes y puedan ser corregidas a su tiempo. A pesar de las dificultades que afronta el cuerpo de Bomberos Durán posee una buena imagen y reputación ante el público y la ciudadanía destaca su labor.*

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>                        | <b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>  |  |
| <b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>                          |  |  |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>  | <b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>  | <b>NO</b> <input type="checkbox"/>               |
| <b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b><br>Katherine Maholy Mendoza Reyes. | <b>Teléfono:</b><br>0958698374   | <b>E-mail:</b><br>Maholymendoza-1995@hotmail.com |
| <b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>                               | <p>Msc Diana Almeida Aguilera (Decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho)</p> <p><b>Teléfono: Ext.</b> 042596500</p> <p><b>E-mail:</b> dalmeidaa@ulvr.edu.ec</p> <p>Msc Omar Villavicencio (Director de Carrera)</p> <p><b>Teléfono: Ext.</b> 042596500</p> <p><b>E-mail:</b> jvillavicencios@ulvr.edu.ec</p> |  |

---

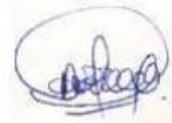
**Fecha de entrega:** 02-dic-2021 02:53p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1718692149

**Nombre del archivo:** TESIS\_MAHOLY\_MENDOZA\_TURNITIN.docx (2.56M)

**Total de palabras:** 10374

**Total de caracteres:** 58376



## TESIS FINAL

---

### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

**6%**

INDICE DE SIMILITUD

**5%**

FUENTES DE INTERNET

**1%**

PUBLICACIONES

**2%**

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## **AGRADECIMIENTO**

Dedico mi tesis con todo mi amor a mis padres, Veira Reyes Romero y David Mendoza Viteri, quienes han sido mi mayor soporte y siempre me han apoyado en cada paso y decisión que he dado. Sin ellos absolutamente nada hubiera podido lograr, ni culminar esta meta en mi vida.

También le doy gracias a Dios por ser mi guía en todo momento, por todo lo que me ha dado, por cada meta alcanzada y por cada sueño hecho realidad, no podía dejar de lado a la música, es la principal protagonista de este logro, cada show, cada presentación contribuyó para que esto se logre.

Muchas gracias a todos ustedes por ser mi apoyo incondicional.

## **DEDICATORIA**

Empiezo por agradecer a Dios por darme vida y salud, para lograr cada objetivo. Agradezco a los docentes que hicieron de la universidad un lugar más agradable y acogedor. A la música, gracias a ella he podido lograr tanto, a una persona muy especial e incondicional, mi tía Sol, a mi amigo José Lumbano.

El camino no ha sido fácil, pero gracias al apoyo de mis padres, docentes, hermanas, quienes también contribuyeron para lograr esta meta.

Agradezco a mis amigos que comparten mis triunfos, victorias y sobre todo me animan en mis momentos difíciles.

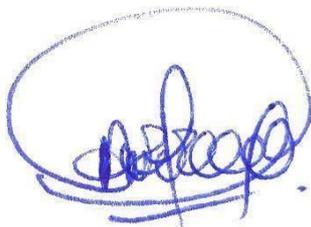
Gracias de todo corazón.

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “***ANÁLISIS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL CUERPO DE BOMBEROS MUNICIPAL DEL CANTÓN DURÁN***”, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la **UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE** de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “***ANÁLISIS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL CUERPO DE BOMBEROS MUNICIPAL DEL CANTÓN DURÁN***”, presentado por la estudiante Katherine Maholy Mendoza Reyes, como requisito previo, para optar al Título de Licenciada en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.



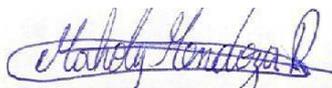
**MSc. Rocío Pizarro Matamoros**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “**ANÁLISIS LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL CUERPO DE BOMBEROS MUNICIPAL DEL CANTÓN DURÁN**”, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la **UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE** de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Firma:



**Autor:** Katherine Maholy Mendoza Reyes.

**CI.** 0952999993

## **Resumen**

El Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán debido a su gran responsabilidad y aporte de servicio a la sociedad, realiza grandes esfuerzos por mejorar cada día sus servicios y capacitar a su personal operativo y administrativo, así como posesionar la imagen institucional de la entidad, con disciplina, compromiso y valentía teniendo como principal objetivo defender a la personas, naturaleza y bienes contra el fuego o cualquier catástrofe. La presente investigación se orienta al desarrollo de un análisis de la imagen institucional del cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán, para esto se lo desarrollo desde un enfoque mixto que mezcló técnicas cualitativas y cuantitativas desde un ambiente de investigación de campo, donde la ciudadanía duraneña rindió sus opiniones y perspectivas con respecto al funcionamiento de la imagen institucional de Bomberos Durán. Se realizó una entrevista al primer jefe de la institución bomberil, quien ejerce la función operativa y administrativa de la entidad y una encuesta a la comunidad.

Los resultados demostraron que la institución requiere de un análisis comunicacional que permita tener una mayor apertura a los nuevos métodos de comunicación que se fomentan en la actualidad. Además, que es competencia del área de comunicación social evaluar sus procesos comunicacionales que conlleven a nuevas estrategias eficientes y puedan ser corregidas a su tiempo. A pesar de las dificultades que afronta el cuerpo de Bomberos Durán posee una buena imagen y reputación ante el público y la ciudadanía destaca su labor.

**Palabras claves:** *comunicación, imagen, institucional, Bomberos, estrategias, periodismo.*

## **ABSTRACT**

Due to its great responsibility and contribution of service to society, the Municipal Fire Department of the Duran Canton makes great efforts to improve its services every day and train its operational and administrative personnel as well as possess the institutional image of the entity, with discipline, commitment and courage with the main objective of defending people, nature and property against fire or any catastrophe. This research is aimed at the development of a strategic plan for the institutional image of the Municipal Fire Department of Cantón Durán, for this it was developed from a mixed approach that mixed qualitative and quantitative techniques from a field research environment, where citizens Duraneña gave his opinions and perspectives regarding the functioning of the institutional image of Bomberos Durán. An interview was conducted with the first head of the fire-fighting institution, who exercises the operational and administrative function of the entity, and a survey of the community.

The results showed that the institution requires a strategic communication plan that allows it to be more open to the new communication methods that are currently being promoted. In addition, it is the responsibility of the social communication area to evaluate its communication processes that lead to new efficient strategies and can be corrected in due course. Despite the difficulties faced by the Durán Fire Department, it has a good image and reputation with the public and the public highlights its work.

## ÍNDICE GENERAL

|  |             |
|--|-------------|
| <b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....</b>                   | <b>II</b>   |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>  | <b>V</b>    |
| <b>DEDICATORIA .....</b>   | <b>VI</b>   |
| <b>CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....</b>                         | <b>VII</b>  |
| <b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....</b>      | <b>VIII</b> |
| <b>1 EL PROBLEMA.....</b>  | <b>3</b>    |
| 1.1 Tema.....  | 3           |
| 1.2 Título .....   | 3           |
| 1.3 Planteamiento del Problema .....                                       | 3           |
| 1.4 Formulación del Problema.....  | 5           |
| 1.5 Sistematización del Problema .....                                     | 5           |
| 1.6 Objetivos .....  | 5           |
| <b>1.6.1 Objetivo General .....</b>  | <b>5</b>    |
| <b>1.6.2 Objetivos Específicos.....</b>                                    | <b>5</b>    |
| 1.7 Justificación.....   | 6           |
| 1.8 Delimitación del Problema .....  | 7           |
| 1.9 Idea a Defender .....  | 8           |
| 1.10 Línea de Investigación Institucional.....                             | 8           |
| <b>2 MARCO TEÓRICO .....</b>   | <b>9</b>    |
| 2.1 Marco Referencial.....   | 9           |
| <b>2.1.1 Antecedentes de la Investigación .....</b>                        | <b>9</b>    |
| <b>2.1.2 Marco Histórico Contextual .....</b>                              | <b>11</b>   |
| 2.2 Marco Teórico .....  | 15          |
| <b>2.2.1 Comunicación Social .....</b>                                     | <b>15</b>   |
| <b>2.2.2 Comunicación organizacional .....</b>                             | <b>18</b>   |
| <b>2.2.3 Comunicación interna .....</b>                                    | <b>19</b>   |
| <b>2.2.4 Tipos de comunicación Comunicación vertical u horizontal.....</b> | <b>19</b>   |
| <b>2.2.5 Marca .....</b>   | <b>20</b>   |
| <b>2.2.6 Identidad.....</b>  | <b>20</b>   |
| <b>2.2.7 Identidad corporativa.....</b>                                    | <b>20</b>   |
| <b>2.2.8 Reputación.....</b>   | <b>21</b>   |
| <b>2.2.9 Redes sociales .....</b>  | <b>21</b>   |

|               |  |    |
|---------------|--|----|
| <b>2.2.10</b> | <b>Herramientas de comunicación</b> .....    | 22 |
| 2.3           | Marco Conceptual .....                       | 25 |
| <b>2.3.1</b>  | <b>Imagen Institucional</b> .....            | 25 |
| <b>2.3.2</b>  | <b>Identidad Institucional</b> .....         | 25 |
| 2.4           | Marco Legal .....                            | 26 |
| <b>3</b>      | <b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> ..... | 29 |
| 3.1           | Metodología .....                            | 29 |
| 3.2           | Tipo de investigación .....                  | 30 |
| <b>3.2.1</b>  | <b>Investigación del Campo</b> .....         | 31 |
| Enfoque       | .....  | 31 |
| <b>3.2.2</b>  | <b>Enfoque Cualitativo</b> .....             | 31 |
| <b>3.2.3</b>  | <b>Enfoque Cuantitativo</b> .....            | 33 |
| 3.3           | Técnica e instrumentos .....                 | 34 |
| <b>3.3.1</b>  | <b>Entrevista</b> .....                      | 34 |
| <b>3.3.2</b>  | <b>Encuesta</b> .....                        | 35 |
| 3.4           | Población .....                              | 35 |
| 3.5           | Muestra .....                                | 37 |
| <b>3.5.1</b>  | <b>Tamaño de la muestra</b> .....            | 37 |
| <b>3.5.2</b>  | <b>Cálculo del Tamaño Muestral</b> .....     | 38 |
| 3.6           | Interpretación de los resultados .....       | 39 |

## INTRODUCCIÓN

La imagen que posee una institución, es una base importante dentro de las organizaciones, específicamente entidades del sector público y privado. Como un aspecto fundamental de la comunicación, la identidad y cultura organizacional, es la percepción que tiene el público sobre una empresa o marca.

La imagen institucional no solo se basa en la organización en sí, además abarca la opinión pública, considerando a sus stakeholders, el entorno variable y la competencia que nos rodea. Una adecuada estrategia de comunicación, en la que participen multicanales de difusión, serviría para fortalecer su imagen institucional y posicionar su marca.

En este caso, las instituciones u organizaciones manejan valores éticos, principios administrativos, Misión, Visión, tomando en cuenta las necesidades para el crecimiento de la imagen institucional como un aspecto fundamental con responsabilidad social dentro del desarrollo y el bienestar de la Ciudadanía.

El Cuerpo de Bomberos del cantón Durán es una Institución autónoma con 103 años de vida institucional y que está adscrito al Municipio, cumpliendo de manera oportuna con la asistencia a la ciudadanía, constituyendo una cultura de servicio con un enfoque de responsabilidad social, debido a su gran labor en atención a las emergencias que ocurren en dicho lugar.

Dentro de la institución se encuentra el Área de Comunicación, la cuál es la encargada de crear y establecer contenidos de la entidad, direccionándolos a diferentes canales de difusión, con el afán de entregar un mensaje claro y coherente a la ciudadanía sobre las labores que realiza el personal de bomberos.

Dentro de las actividades que se desarrollan en el área de comunicación, es necesario fortalecer las diferentes acciones que realiza la institución y promover una mayor cultura de prevención por parte de la ciudadanía, tomando como fortaleza los canales digitales y las redes sociales.

Este proyecto tiene como objetivo analizar la imagen institucional del Cuerpo de Bomberos Municipal Del Cantón Durán, considerando la problemática actual, ámbitos conceptuales y el desarrollo de la técnica de investigación adecuada para el procedimiento del plan estratégico. Se pretende plantear conclusiones y recomendaciones, así también los anexos principales.

En el desarrollo de la metodología de investigación, se busca aplicar las técnicas de investigación para recabar elementos importantes de la información, empleando la entrevista y la encuesta, así como el muestreo y la población a realizarse en el proceso del plan estratégico.

# CAPÍTULO I

## 1 EL PROBLEMA

### 1.1 Tema

Planificación Estratégica como recursos de la imagen y proyección institucional

### 1.2 Título

*Análisis de la imagen institucional del Cuerpo De Bomberos Municipal Del Cantón Durán*

### 1.3 Planteamiento del Problema

En la actualidad, la comunicación comenzó a desarrollarse dentro de las instituciones, organizaciones, empresas, etc., en el sector público y privado. Es necesario e importante contar con un área especializada en el manejo corporativo y la correcta socialización con sus públicos. Este departamento representa de gran ayuda dentro del manejo interno y externo de las organizaciones y como una fortaleza en el posicionamiento de marca.

En nuestra sociedad, la comunicación tiene una gran repercusión en la ciudadanía, hace 5 años atrás el Cuerpo de bomberos Municipal del Cantón Durán, no contaba con un área de comunicación la cual sea la encargada de informar los sucesos que ocurren en el cantón, por esto surge la necesidad de crear este departamento, el cual difundirá el trabajo que realizan los bomberos, debido a que solo creemos que apagan incendio, pero su labor va más allá de ello.

En la actualidad, el departamento de Comunicación, trabaja por mantener una buena gestión comunicacional, sin embargo, aún carecen de iniciativas para desarrollar campañas preventivas y educativas. Pese a que, si hay un buen manejo con la prensa, no existe una continuidad en el desarrollo de información.

La falta de un equipo de trabajo, hace que las labores y el material a desarrollar se retrase, pues existen 2 elementos quienes están encargados de realizar todo el trabajo del departamento; además, coberturas, reportajes, organización de eventos, etc. Como consecuencia, hay un estancamiento y distorsión en transmitir la información para la ciudadanía del gobierno local y la calidad dentro de la imagen institucional.

De acuerdo a los archivos e informes de la empresa, en el 2018 la institución implementó el manejo de las redes sociales, con un bajo nivel de contenidos. En la actualidad, existe una mayor periodicidad en la creación de información, teniendo como resultado un crecimiento en el número de seguidores, sin embargo, esto no resulta suficiente para generar un mayor posicionamiento y visibilidad de la organización.

Hasta el momento, la cuenta @bomberosduran manifiesta los siguientes resultados:

*Tabla 1: Estadísticas de seguidores en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram*

| <b>Redes Sociales</b> | <b>Usuarios</b> |
|-----------------------|-----------------|
| <b>Facebook</b>       | 1300            |
| <b>Instagram</b>      | 800             |
| <b>Twitter</b>        | 1500            |

*Fuente: Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán*

Ante esta realidad, es necesario desarrollar un análisis que nos permita generar acciones que tengan una mayor visibilidad de la ciudadanía y que impulse el crecimiento de sus seguidores.

Temáticas como prevención de sismos, incendios, accidentes de tránsito; el manejo y uso de extintores, juegos pirotécnicos en fin de año; y, capacitaciones sobre temas de salud y rescate a través de canales digitales tanto en redes sociales como en la página web, son algunos de los elementos que pueden ser considerados en el manejo de contenidos.

## **1.4 Formulación del Problema**

¿Cómo contribuye el análisis a la imagen institucional del Cuerpo de Bomberos Municipal Del Cantón Durán?

## **1.5 Sistematización del Problema**

- *¿Qué importante es aplicar la imagen institucional en el Cuerpo de Bomberos Municipal Del Cantón Durán?*
- *¿Cuáles son los canales utilizados por el Cuerpo de Bomberos Del Cantón Durán para compartir acontecimientos eventuales, conmemorativos e informativos a la ciudadanía?*
- *¿Qué percepción tiene la ciudadanía del Cantón Durán acerca de la imagen institucional aplicado al Cuerpo de Bomberos del mencionado cantón?*
- *¿Qué Área trabaja en el desarrollo de la imagen institucional dentro del Cuerpo de Bomberos Municipal Del Cantón Durán?*
- *¿Qué tipo de contenidos se socializa con los canales mencionados respecto a la información, acontecimientos del día y coberturas a transmitir en las respuestas intervenidas del Cuerpo de Bomberos de Cantón Durán?*

## **1.6 Objetivos**

### **1.6.1 Objetivo General**

La importancia de desarrollar un análisis de la imagen institucional del Cuerpo De Bomberos Municipal Del Cantón Durán que permita fortalecerla.

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

- Realzar dentro del gobierno sectorial la imagen del Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán.

- Diagnosticar los problemas y debilidades en la imagen institucional del Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán, mediante herramientas de recolección de datos que permitan determinar la necesidad de una propuesta de mejoramiento de la misma.
- Determinar de qué manera la imagen institucional influye en los ciudadanos del cantón Durán.
- Implementar una estrategia comunicacional basada en el diseño corporativo para mejorar la comunicación interna y externa de la institución y aportar al posicionamiento de la misma.
- Validar la propuesta realizada mediante el análisis de los resultados obtenidos a corto plazo y herramientas de recolección de datos que confirmen la efectividad de la misma.

## **1.7 Justificación**

Actualmente, muchos elementos influyen en la contribución a la imagen institucional en cada gobierno seccional para dar conocimiento a la ciudadanía en todos los tipos de acontecimientos difundidas en cualquier canal de transmisión. Uno de los factores principales es el uso efectivo de los canales digitales para fortalecer el desarrollo estratégico en cada institución pública gubernamental o seccional, como viabilidad y potenciamiento en el desarrollo de calidad institucional.

En las instituciones públicas, la interacción comunicativa es de suma importancia, cada día tiene más impacto en la sociedad al punto de influenciar de manera positiva o negativa. Cierta práctica de la comunicación social tiene mayor presencia de opinión en los grupos de interés de las instituciones u organizaciones para la ciudadanía quien debe estar al tanto de los acontecimientos o informativos del día.

Para el presente proyecto de investigación, tiene mucha importancia ampliar el nivel de conocimiento de la ciudadanía sobre la noble labor de servicio y entrega que realiza el Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán velando a la población y los bienes del sector público y privado. Con la implementación de este análisis permite potenciar la imagen institucional realizando la transmisión de contenidos, así como la

publicación de capsulas y videos informativos tales como Campañas institucionales, Ferias Ciudadanas, Incidentes, Operativos de primera línea de respuesta, como efectividad para dar conocimientos dirigidos a la ciudadanía.

Como punto principal, se pretende plantear la creación de una cultura de interés mediático a que la ciudadanía se interese por la labor que realiza los Bomberos las actividades que realiza la institución, creando también una comunicación Feedback, donde la ciudadanía pueda participar de forma digital, brindará un impulso a seguir trabajando en Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán

## 1.8 Delimitación del Problema

**Tabla 2: Delimitación del Problema**

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Objeto del estudio:</b>  | La imagen institucional del Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán   |
| <b>Campo:</b>               | Comunicación  |
| <b>Área:</b>                | Comunicación Social   |
| <b>Población:</b>           | 160 colaboradores   |
| <b>Ciudad:</b>              | Durán, Guayas, Ecuador  |
| <b>Periodo Del Estudio:</b> | 2021  |
| <b>Aspecto:</b>             | Análisis de la imagen institucional del Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán, y su impacto en la ciudadanía. |

**Elaborado por:** (Mendoza Reyes, 2021)

## **1.9 Idea a Defender**

Con la implementación de un plan estratégico de comunicación se posesionará la imagen institucional del Cuerpo de Bomberos Municipal Del Cantón Durán, como una institución responsable que brinda apoyo a la comunidad a través de acciones, proyectos y una cultura educativa en temas de prevención y seguridad ciudadana. Además, de dar a conocer la noble labor que realizan los bomberos.

### **1.10 Línea de Investigación Institucional.**

- **Línea de Investigación Institucional:** Sociedad Civil, Derechos Humanos, y Gestión de la Comunicación
- **Líneas de Investigación de la Facultad:** Gestión de la Comunicación, nuevas Tecnologías y Análisis del Discurso.
- **Dominio:** Cohesión social y fortalecimiento de la institucionalidad democrática.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Marco Referencial

El marco referencial es un marco teórico de la investigación, que aporta, coordina, recopila e identifica los hechos, antecedentes en la coherencia de hechos y proposiciones, basándose en explicar resultados obtenidos, se considera por una cuestión implícita o positiva dentro del desarrollo de la investigación y es fundamental hacerlo conveniente la manera explícita de evitar ambigüedades varias referencias.

Según (Chen, 2020), toma una descripción importante en el manejo del Marco de Referencia de la Investigación

*Como principal función es recolectar y detallar los antecedentes de un tema estudiado ya sea por teorías, experimentos, historias, estadísticas, etc. Puede elaborar cuestiones vacos e interrogantes para la exploración en la justificación del proyecto de investigación. Es fundamental que pueda obtener una tradición teórica de manera consolidada para dar paso la ejecución de la hipótesis.*

##### 2.1.1 Antecedentes de la Investigación

Para el presente trabajo de titulación vamos a describir ciertas referencias fundamentales que conlleva al desarrollo del proyecto mediante otros trabajos anteriores basados en la aplicación del desarrollo estratégico en la imagen institucional describiendo los siguientes:

En la referencia de la investigación, cuyo tema de titulación “Imagen Corporativa Del Benemérito Cuerpo De Bomberos Del Cantón Montecristi Desde La Visión Del Público Externo” desarrollado del autor (Delgado Barcia, 2018) lo describe:

*Obtener la información a través de la opinión ciudadana mediante la encuesta y la entrevista diseñada, cuyos resultados establecen una gran aceptación sobre los comentarios positivos de manera cuantitativa – cualitativa en el ámbito de la imagen corporativa, gestionando los elementos de la identidad corporativa y de los canales de información debido a la problemática en no de contar con un personal especializado que labora en el Área de Comunicación Social*

En la siguiente referencia de la investigación, cuyo trabajo de titulación “Auditoría de imagen externa del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito (CB-DMQ), aplicado a los sectores: Cerro Auqui (Cumbayá) y Tumbaco” publicado de (Mendoza Reyes, 2021) (Quinteros Flores, 2017), realiza la siguiente descripción:

*Analizar la alineación que comprende la aplicación de los componentes de la imagen corporativa, compuesto por la identidad y la filosofía de la institución bomberil, con el propósito de que la imagen dentro de una organización extienda hacia el exterior de forma indispensable en su punto de partida. Se aplica a la imagen institucional diversas herramientas de investigación: Técnicas, Métodos, e instrumentos, obteniendo un excelente estado actual y una verdadera aceptación entre los habitantes con grado de conocimiento ciudadano mediante los trabajos, funciones proyectos de capacitación, campañas integrales y gestión de riesgo. Es recomendable implementar todo el marco de desarrollo y estrategias que permite solucionar al ámbito comunicacional provenientes del grado de inconveniencia, con el propósito de fortalecer los factores positivos institucionales en la función de bomberos.*

En Base a la siguiente referencia con el trabajo de titulación del autor (Arcos Abad & David, 2019), cuyo tema “Rediseño de la imagen corporativa de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil”, propone lo siguiente:

*La imagen corporativa es una metodología para un excelente trabajo en las empresas o corporaciones, hay que conocer qué tipo de público o audiencia pretende alcanzar un verdadero análisis con los hábitos culturales y sociales. Existe un aspecto muy importante sobre la marca y el*

*posicionamiento que genera un enlace través de la competencia y transmite sobre los elementos principales como la confianza, confiabilidad, seriedad, integridad seguridad, distinción e innovación. Permitiendo obtener un Marco General sobre la acción de mejorar el posicionamiento y la marca a nivel institucional dentro de la investigación proyectada*

## **2.1.2 Marco Histórico Contextual**

### **Historia del Cuerpo de Bomberos Municipal Del Cantón Durán (Cuerpo de Bomberos Municipal Del Cantón Durán, 2019)**

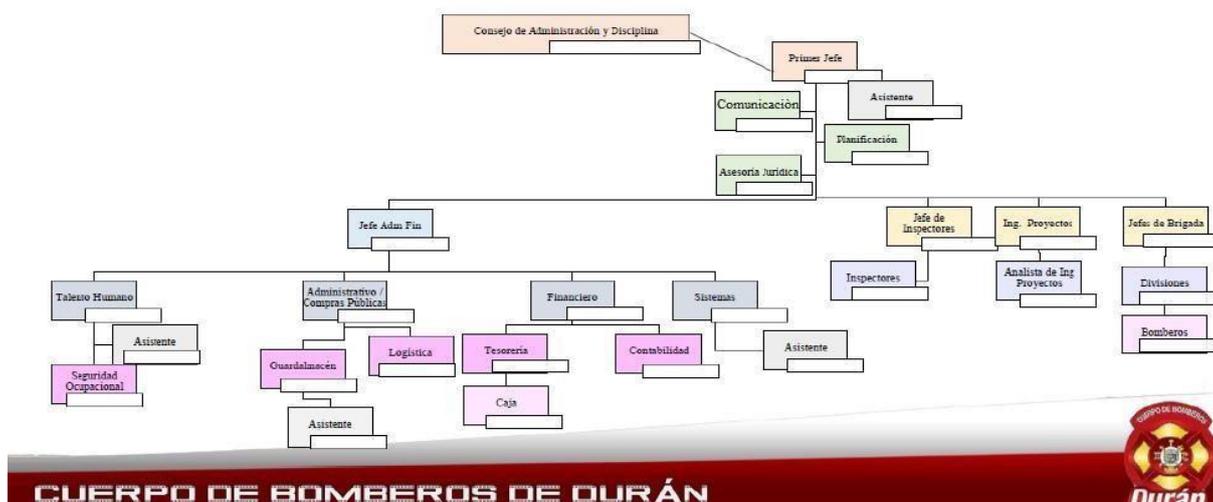
El Cuerpo de Bombero Municipal del Cantón Durán, es una de las instituciones más antiguas y representativas de la ciudad, fue instalado en 1917 con el nombre de Chambers Vivero N.º 1. Estuvo adscrito al Ministerio de Bienestar Social hasta el 9 de diciembre de 2002, fecha en la que se suscribió el convenio de transferencia de competencia de toda la potestad, atribuciones y recursos necesarios para la actividad correspondiente del Cuerpo Bomberos de Durán entre el Ministerio de Bienestar Social y el Municipio de Durán.

El trabajo, realizado desde hace 102 años con abnegación y disciplina, les permite combatir los eventos adversos con eficacia y cumplir la gran misión de salvar vidas.

### **Estructura organizacional**

Es un sistema jerárquico que nos permite organizar las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo, permitiendo de esta forma distribuir las responsabilidades a cada área o departamento. Generando flujos de comunicación para que cada una de las personas que la integran, orienten a la empresa al logro de sus objetivos.

## Organigrama del Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán



**Figura 1: Organigrama Del Cuerpo De Bomberos Municipal Del Cantón Durán**

**Fuente:** *Cuerpo De Bomberos Municipal Del Cantón Durán*

## Estructura Institucional

### Brigadas

El Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán cuenta con 2 brigadas, distribuidas en las distintas zonas del gobierno local, a fin de poder prestar nuestros servicios permanentes en el momento que así lo requiera la ciudadanía.

- **1era Brigada: Jefe encargado Sr. JB-1 Cap. Ulises Cáceres:** La Primera Brigada es la más grande del Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán cada una de las estaciones atiende a sectores llamados vulnerables de la zona norte del cantón, el cuartel N<sup>o</sup>4 por su ubicación es generalmente la primera respuesta en acudir en algún incidente industrial, los cuartes 3 y 5 cubren los sectores urbanos y rurales del cantón, por el número de incidentes y el área de cobertura esta brigada es la que más respuesta brinda, tanto para incidentes por principios de incendios y asistencias pre hospitalarias.

- **2da Brigada: Jefe encargado Sr. JB-1 Cap. Nelson Panchana:**

La segunda brigada abarca parte del casco central e industrial de nuestro cantón, donde se asientan los edificios y empresas de Durán. Es por ello que en uno de sus cuarteles se encuentra la motobomba más significativa de la institución. Se trata del camión escalera KME LTA 9.0 4\*4, adquirido en USA por la institución desde 2015. Esta unidad tiene una capacidad de operación de 12 metros de altura, el equivalente a edificios de 3 pisos. La compañía más antigua es el cuartel #1 “CMTD. Manuel Cisneros”. Está ubicado en el sector Recreo Balsera Gonzalo Aparicio y Loja. El Cuartel #6 Gral. Eloy Alfaro”, ubicado en la vía Durán- tambo Km. 2.5 Av. León Febres Cordero, diagonal a la antigua feria de Durán. donde se encuentran las oficinas administrativas.

- **Jefe de Bomberos - Tnte. Crnl. Abg. Carlos Antonio Montúfar**

**Álvarez:** Carlos Antonio Montúfar Álvarez, nació en Guayaquil el 12 de septiembre de 1991. cursó su primera enseñanza en la escuela fiscomisional “La Resurrección #2”, sus estudios secundarios los realizó en la U.E “CTG” Colegio Particular Paramilitar “PDTE. Carlos Julio Arosemena Tola “, obteniendo el título de bachiller en Físico- Matemático. Estudió derecho en la Universidad de Guayaquil graduándose como Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador.

Durante muchos años ejerció su carrera como abogado, preparándose y asistiendo a varios cursos y seminarios, pero nunca dejó de lado su pasión por ser bombero. Desde que era un niño le gustaba observar las motobombas, pero nunca se imaginó que se convertiría en uno de esos héroes sin capa. Hasta que un día, por su barrio observó cómo se incendiaba la casa de un vecino, con baldes de agua y ayuda del vecindario apagaron el incendio, del cual rescataron un perrito.

Inició su carrera Bomberil el 18 de noviembre del 2011 como Bombero Voluntario en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, su constancia permitió que formara parte de esta institución con el cargo de Suboficial en la Compañía “Crnl. Luis Hidalgo Vernaza” No. 37. Obteniendo

varias menciones honorificas entre estas: Estrella de bronce, durante 6 años consecutivos y el reconocimiento Estrella de plata en el 2017.

Unos años más tarde, el 16 de abril del 2016, fue llamado al servicio activo por el estado de emergencia que vivió el país durante el terremoto. Posteriormente el coronel inició su período como Primer Jefe del Cuerpo de Bombero Municipal del Cantón Durán, el 15 de mayo del 2019 demostrando día a día su vocación de servicio a la comunidad.

### Ubicación y Nombre de Cuarteles

*Tabla 3: Ubicación y nombre de Cuarteles del Cuerpo De Bomberos Municipal Del Cantón Durán*

| <b>Cuartel</b>                                 | <b>Dirección</b>   | <b>Comandante</b>                       |
|--|--|---|
| <b>Cuartel #1<br/>“Cmdte. Manuel Cisneros”</b> | Sector El Recreo Balsera Gonzalo Aparicio y Loja.                                      | <b>Sr. C-1 Sub. Tnte. Renan Olmedo.</b> |
| <b>Cuartel #3<br/>“Crnl. Mauro Mendoza”</b>    | Cdla. Maldonado, calle Huayna Capac entre Abdón Calderón y Juan Montalvo.              | <b>Sr. C-3 Sub. Tnte. Bryan Auria.</b>  |
| <b>Cuartel #4<br/>“El Recreo”</b>              | Sector El Recreo 3era etapa AV. Crnl. C. Aguirre, frente al MSP.                       | <b>Sr. Sub.Tnte. Jorge Rosales.</b>     |
| <b>Cuartel #5<br/>“DIVINO NIÑO”</b>            | Cdla. Pedro Menéndez Gilbert.  | <b>Sr. Sub.Tnte. Luis Hinostroza.</b>   |
| <b>Cuartel #6<br/>“Gral. Eloy Alfaro”</b>      | Vía Duran-Tambo Km 2.5 y Av. León Febres Cordero diagonal a la antigua Feria de Durán. | <b>Sr. C-6 Sub.Tnte. José Navarro.</b>  |

*Fuente: Cuerpo De Bomberos Municipal Del Cantón Durán*

## 2.2 Marco Teórico

### 2.2.1 Comunicación Social

Se considera como una disciplina que permite entablar o interactuar a una persona mediante una cuestión pública, participación ciudadana, información gubernamental con el propósito de requerir atención para la toma de decisiones. Pueden introducir contenidos que contenga toda la evolución histórica de los medios de comunicación en las sociedades modernas y sus particularidades para cada contexto social físico o digital podemos describir como La imprenta, la radio, la televisión, el periódico, el internet, etc.

La terminología Comunicación Social, proviene de voces latinas:

- **Comunicación:** Viene de la Palabra “Communicatio” viene dividido en tres elementos:

*Con:* Junto

*Munus:* Cargo

*Icare:* Convertir en

*Cion:* Acción y Efecto

De manera general, la palabra comunicación significa Acción y efecto de enviar y recibir un mensaje

- **Social:** Viene de la palabra “Socialis”, viene dividido en dos elementos:

*Socius:* Socio o Compañero

*Al:* Referente a

De manera general, la palabra social significa Referente a la Sociedad

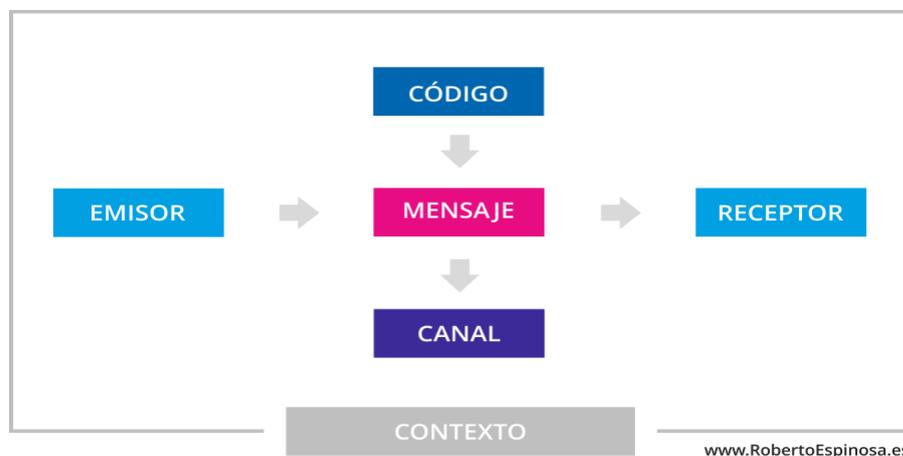
Según (Pérez Porto & Merino, 2018), manifiesta el concepto del término Comunicación Social como

*Un conjunto de estudios científicos para analizar todo lo implicado dentro de los procesos comunicativos dentro del entorno de la sociedad. Entre los elementos más importantes de estudio aparecen los medios de*

*comunicación masivos, las formas de expresión y la construcción de la información. Se considera como Ciencias de la Comunicación.*

## Los Elementos de la Comunicación

- **Emisor:** Realiza la emisión del mensaje
- **Receptor:** Realiza el recibimiento del mensaje
- **Código:** Conjunto variado de señales o signos que forman el mensaje
- **Mensaje:** es la información o conjunto de datos a transmitir
- **Canal de Comunicación:** el medio físico por el cual realiza la transferencia del mensaje puede ser: Teléfono, carta, etc.
- **Ruido:** interferencias o distorsión durante el proceso de comunicación
- **Retroalimentación:** Llamado Feedback, es una respuesta del receptor cuando realiza la recepción del mensaje
- **Contexto:** Circunstancias con una influencia directa al momento de realizar la interpretación del mensaje.



*Figura 2: Elementos De Comunicación*

**Fuente:** (Espinosa, 2020)

## Características de la Comunicación Social

La Comunicación Social puede describirse en las siguientes características:

- Permite desarrollar herramientas que permita manejar los análisis de las realidades política, social y cultural a nivel nacional o internacional.
- Debe tener experiencia en la capacidad lingüística para comunicar en todos los tipos de canales de comunicación
- Experiencia en las técnicas de la publicidad, las relaciones públicas y la planificación a nivel institucional.
- Capacidad científica y técnica en dar soluciones desempeñado todo lo referente al área de comunicación y afines.
- Responsabilidad elaboración de contenidos de forma ética, moral y que respete legalmente a la profesión ejercida

## **Tipos De Comunicación Social:**

### **Comunicación Verbal:**

Requiere el Uso De Signos lingüísticos como la palabra escrita (grafías) o hablada (fonemas) quienes llevan a efecto la ejecución de estados cognitivos mediante el pensamiento por cada persona o el público en general

*Tabla 4: Comunicación Verbal*

| <b>Comunicación Verbal</b>   |  |
|------------------------------|--|
| <b>Comunicación oral:</b>    | Requiere del fonema para ejecutar un código común con las capacidades físicas y cognitiva creando palabras con sentido. Para comunicar con el público debe tener un lenguaje como un código principal del sistema de signos lingüísticos cumpliendo normas generales |
| <b>Comunicación escrita:</b> | Requiere una escritura o signos para representar las palabras a transmitiendo un mensaje de tipo alfanumérico. Comparten entre un lenguaje o alfabeto para transmitir cierto mensaje con una relevancia entre el emisor y el receptor                                |

*Fuente: (significados.com, 2021)*

## Comunicación no Verbal

Consiste en un proceso de intercambiar la información, no es necesario el uso de palabras que contenga ni orales ni escritas.

Tabla 5: Comunicación no verbal

| Comunicación No Verbal                         |  |
|--|--|
| <b>Comunicación no verbal kinésica:</b>        | Es referido por el uso del lenguaje corporal   |
| <b>Comunicación no verbal proxémica:</b>       | Se refiere por la distancia entre una persona hacia otra, dependiendo de la circunstancia y la cultura |
| <b>Comunicación no verbal paralingüística:</b> | Es entendido por la expresión se sonidos en el cuál sin ningún habla                                   |

Fuente: (significados.com, 2021)

### 2.2.2 Comunicación organizacional

Es la que ayuda a fortalecer los procesos internos de una empresa, con el propósito de alcanzar un objetivo determinado, los cuales dependerán de una buena comunicación interna, que establezca organización y coordinación logrando así un impacto en su público consumidor. De acuerdo a las estrategias de publicidad empleadas.

Sim embargo la mayoría de instituciones no brindan la importancia necesaria a la buena comunicación que debe existir con los empleados, como resultado tendrán una comunicación ineficaz, que implica perdida de producción, tiempo y ganancias.

Según (Collado & Fernández collado, 2020) define a la comunicación organizacional como: “*Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones,*

*aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos “.*

### **2.2.3 Comunicación interna**

Es la focaliza sus acciones en los colaboradores de una empresa, intercambiando discursos, mensajes y creando de esta forma una comunicación feedback, la cual tendrá como principal objetivo la distribución de información relevante, para esto debe existir un excelente clima laboral, tomando en cuenta que se necesitan profesionales conocedores del departamento que pertenecen lo que ayudara que puedan trabajar en armonía.

### **2.2.4 Tipos de comunicación :Comunicación vertical u horizontal**

La comunicación horizontal es la que se desarrolla lateralmente dentro de una institución entre funcionarios que ocupan un mismo nivel jerárquico, coordinando información que permita una buena cooperación entre el personal.

La Comunicación vertical es aquella que surge entre empleados y superiores dentro de una organización. Por ejemplo, entre director de un área y el director general. A esto también podemos denominar como comunicación ascendente, ya que esta se manifiesta desde los subordinados hacia los jefes o superiores, mientras que la comunicación descendente nace desde los altos mandos hacia los rangos inferiores.

Según (Peiró, 2021), manifiesta que la comunicación es sustancial dentro de una institución tanto la comunicación vertical y horizontal son de gran utilidad para implantar una comunicación eficiente y eficaz entre trabajadores y jefes ya que el mensaje se produce desde arriba hacia abajo o a la inversa.

### **2.2.5 Marca**

Es la que permite identificar o distinguir un producto que la diferencie de la competencia, idealizando lo que se desea plasmar en la mente del consumidor, destacando los atributos y características que la posicionen frente a los demás.

La marca corporativa la integran un conjunto de elementos como logotipo, colores, tipografía todo esto comprende la llamada identidad, por ese motivo es muy importante poseer una buena estrategia de marca ya que esta existirá siempre a diferencia de la marca de producto que se mantendrá en mercado hasta que esta desaparezca.

### **2.2.6 Identidad**

Son los conjuntos de cualidades y características que identifican a una persona o institución que permiten distinguirlos del resto.

La identidad va seguida a un sentido de pertenencia donde consideramos compartir características similares, que nos hacen identificarnos.

### **2.2.7 Identidad corporativa**

Es el conjunto de principios, valores, e imagen que tiene el público sobre una empresa, institución u organización, agrupando elementos físicos, palpables e intangibles que fomenten una identidad corporativa que permita posicionarse de manera consistente en el mercado.

Según (Báez, Pauker, & Pasquel, 2017), define la Identidad Corporativa como

*Toda una organización, institución y empresa, se constituye apropiadamente como un sistema de convivencia entre lo que ella con certeza y las características de sus grupos de interés, constituido dentro de lo cotidiano de la institución como los que están en Stakeholders.*

## 2.2.8 Reputación

Es la percepción u opinión que se tiene sobre algo o alguien, por lo tanto, las características y cualidades a desatacar son las que calificaran un mala o buena reputación, y así la marca pueda posesionarse en el mercado y consolidar sus resultados.

La reputación no solo comprende valores culturales, la ética en los negocios genera una buena relación con terceros generando una responsabilidad social el autor Charles Fombrun en su libro Reputation: Realizing Value from the Corporate Image (Fombrun, 1996) extraído por (Cedillo Jurado, 2017), hace una de las definiciones más acertadas en la cual la detalla como

*“La representación perceptual de las acciones pasadas y expectativas futuras de una compañía que describe el atractivo general de la empresa para todos sus agentes clave cuando es comparada con otras empresas rivales líderes”*

## 2.2.9 Redes sociales

Es un conjunto de sitios web y aplicaciones las cuales permiten un intercambio de información, ya sea por amistad, trabajo, etc. Las redes sociales permiten conocer nuevas personas, facilitando intercambio de fotos, videos, e interacciones entre individuos.

Cuando hablamos de redes sociales, lo asociamos con Facebook, twitter, Instagram, y demás redes sociales sin embargo este medio permite mantener una relación entre usuarios y empresas, dando paso a la difusión de productos o servicios de forma intensa y objetiva, permitiendo la segmentación de los posts según el público.

Según el depósito de investigación de la Universidad de Sevilla en su artículo las Redes Sociales en Educación: desde la innovación a la investigación educativa señala que las redes sociales son uno de los elementos básicos más utilizados en la sociedad, su presencia ha repercutido a su crecimiento exponencial

en los diferentes ámbitos como labores administrativas, instrumentos de información, comunicación para los docentes y de esta forma establecer entornos de trabajo colaborativos.

Según (dogan, 2017), manifiesta una clasificación de los usos de las redes sociales a partir de siete motivaciones específicas. Una de ellas hace referencia a la utilización de las redes sociales con fines empresariales o laborales.

### **2.2.10 Herramientas de comunicación**

Se define por herramientas de comunicación aquellas que utilizan la tecnología de la información para llevar a cabo el diálogo e interacción, desarrollando un papel de gran utilidad para comunicarse entre sí, desde las llamadas, hasta las video conferencias y mail, están al alcance de cualquier persona que utilice internet, las cuales facilitan la comunicación entre personas físicamente que se encuentren en un lugar lejano.

#### **Comunicación digital**

Se trata de todas las herramientas utilizadas para transmitir mensajes a través de un medio digital, ya sea por medio de símbolos o escritos, gracias a su inmediatez al momento de comunicar toma cada día más fuerza, permitiendo usar diferentes medios para representar todo tipo de elementos comunicativos, como: páginas web, redes sociales, blogs, etc.

Según el periodista e investigador (Assardo, 2020) afirma que La comunicación digital *ocurre en un contexto multinivel y multicanal. Esto se refiere a la factibilidad de comunicarse por diferentes vías al mismo tiempo y enviar diversos significados en un mismo mensaje. Las reglas son distintas, las audiencias no necesariamente definidas como tradicionalmente se consideraban. Las tecnologías disponibles y la evolución del tipo de mensajes han creado nuevas reglas.*

## **Canales online**

Como su palabra lo dice es todo lo que podemos encontrar en línea, a esto le sumamos los medios que la actualidad gozan de popularidad como: Snapchat, WhatsApp y un sin número de aplicaciones más, con muchos los canales online que disponemos para una buena estrategia digital, tomando en cuenta los objetivos específicos a conseguir. Hay que recalcar que todo es más fácil cuando la empresa o marca son reconocidas es decir tienen un posicionamiento en el mercado esto hace más sencillo estar presente en todos los canales.

## **Comunicación 2.0**

Hace referencia sobre los Canales de las Tic's detallando por la presencia que tienen estas en la Web y en qué medios sociales están sus potenciales usuarios. Para ello no es necesario aportar grandes conocimientos de tecnología para la utilización de plataformas.

Cabe destacar que las plataformas contribuyen cambios hacia una sociedad equilibrada y sostenible, llevando a la construcción de jerarquía o estructuración organizacional entre las instituciones o empresas mucho más abiertas, transparentes o colaborativas

## **Podcast**

Un podcast es una publicación de carácter digital y periódica, en formato de audio o vídeo y que se puede descargar de internet o escuchar online. Básicamente, se trata de una especie de programa de radio personalizable y descargable que puede montarse en una página web, en un blog o en todo tipo de plataformas para que esté a disposición de los usuarios y/o seguidores.

La principal diferencia entre un podcast y la radio es la permanencia en el tiempo.

Un podcast puede escucharse en cualquier momento, ya que quedan alojados en una web o en una plataforma para su descarga o para su escucha online. Esto ha provocado que la gran mayoría de programas de radio ya emitan sus propio podcasts y sean muchos los que abogan por que ya no existen tantas diferencias

como antes entre la radio y el podcast. Son dos medios que se complementan y que comparten un buen número de características.

## **Newsletter**

Consiste en ser una Publicación periódica escogiendo las novedades más relevantes y de tendencia que incide los hechos dentro de una organización. La recolección de los principales contenidos de interés social según la marca y el sector de acuerdo a los integrantes o usuarios como suscriptores de alguna noticia recibiendo como: Ofertas y Promociones especiales, contenido gratuito, recompensas, etc.

Para realizar el Newsletter, según (Domenech Mestre, 2020) manifiesta en requerir hacia un usuario debemos fijar en

*“Ofertas y promociones especiales, contenido gratuito de valor y principales novedades. Estos son los principales ingredientes que se utilizan para hacer una Newsletter.”*

Según (Núñez, 2018), define el Término de Newsletter en la era Digital en el Modo de las Publicaciones como

*Un boletín informativo para distribuir en cierto periodo de tiempo mediante cualquier herramienta de comunicación digital como las redes sociales, correo electrónico, etc. Los contenidos son artículos de interés con respecto a la que proporciona el cliente o el usuario siendo suscriptores de una plataforma que se solicita recibir éste tipo de contenidos*

## **Comunicación en los organismos autónomos**

En la actualidad en el desarrollo de cualquier organismo especialmente en el sector público es necesario contar con un departamento de comunicación, que sea el encargado de crear, planificar y ejecutar estrategias comunicacionales en pro de la institución que representan, para esto es importante contar con profesionales que trabajen para mejoras de la comunicación con la sociedad, uno de los principales objetivos de sector público.

## **2.3 Marco Conceptual**

### **2.3.1 Imagen Institucional**

Consiste en ser un factor fundamental, considerado por las organizaciones o instituciones, directamente al público para comprender Quién es, Cuál es el entorno del negocio y en qué se diferencian con las otras empresas, sin embargo, tienden a descuidarse. Como punto de importancia, se distingue que la imagen institucional es un sinónimo de la imagen corporativa que pierde credibilidad de la marca, pero la identidad corporativa es una referencia al posicionamiento de la marca, enmarcado para las instituciones público o privado.

La imagen institucional se distingue por su aceptación de carácter colectivo de una representación para llevarlo directamente a un discurso imaginario. Para hacer referencia a la imagen institucional se necesita la implementación de un proceso mediante el cual la institución produce y comunica el discurso de su identidad y hace motivar una lectura contextual determinadamente para construir su imagen.

### **2.3.2 Identidad Institucional**

Consiste en un elemento de posicionamiento y lo diferenciadores, esto incluye el estatus institucional en los sectores público y privado. Hay formas de transmitir y comprender su identidad: Quién es, Qué sueña, Qué hace y cómo lo haría. Para la aplicación de la imagen institucional podemos construir, de manera general entre los actores quienes identifican las principales características actuales como: Historia, contexto, Cultura, Lenguaje, Misión, Visión, Gente, ideología. En cada institución que construyeron las características de la identidad, es necesario ser evaluado para redefinirla, con los requerimientos del contexto, lineamientos y políticas educativas aplicadas

## **2.4 Marco Legal**

**Constitución Nacional De la República Del Ecuador** (Asamblea Nacional Constituyente, 2012)

### **Sección séptima Comunicación social**

**Art. 384.-** El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

**Ley Orgánica de Comunicación** (Asamblea Nacional Constituyente, 2019)

## **TITULO I**

### **Disposiciones preliminares y definiciones**

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

**Art. 4.-** Contenidos personales en internet. - Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

**Art. 5.-** Medios de comunicación social. - Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas,

privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

## **CAPITULO II**

### **De la institucionalidad para la Regulación**

**Art. 44.1.-** Sistema de comunicación social. Es el conjunto articulado de personas naturales o jurídicas que voluntaria y sistemáticamente intercambian información, a través de los medios impresos o servicios de radio, televisión, audio y vídeo por suscripción, aptos para transmitir, divulgar, difundir o propagar, en forma estable y periódica, textos, sonidos o imágenes destinados a la población.

## **SECCIÓN III**

### **Medios de comunicación comunitarios**

**Art. 85.- Definición.** - Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a los movimientos y organizaciones sociales, colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, universidades y escuelas politécnicas, mediante los cuales ejercen el derecho a la comunicación democrática. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social. Cuentan con un proyecto comunicacional que promueve la amplia participación y fortalecimiento de la comunidad a la que sirven y de la que son parte. Estos medios se definen por su programación pluralista, inclusiva, intercultural, académica, educativa y formativa, con enfoque de género, defensora de los Derechos Humanos y de la Naturaleza, orientada hacia la transformación social, el sistema de vida comunitario y el Buen Vivir. Su gestión técnica, administrativa y financiera será de carácter comunitario.

# **Ley de defensa contra incendios (Comisión de Legislación, 2000)**

## **CAPITULO I De la Organización**

**Art. 1.-** El Servicio de Defensa contra Incendios lo hará el Ministerio de Bienestar Social a través de los cuerpos de bomberos, de acuerdo con esta Ley y su Reglamento General.

**Art. 20.-** Los cuerpos de bomberos llevarán un Escalafón y la hoja de servicios del personal.

## **CAPITULO VI Disposiciones Generales**

**Art. 44.-** En los planteles de educación se enseñarán y difundirán los principios y prácticas elementales de prevención de incendios y siniestros similares, las formas de dar alarma y las maneras de combatir amagos de incendio y otros siniestros.

**Art. 48.-** Establécese el "DÍA DEL BOMBERO ECUATORIANO", que se celebrará el 10 de octubre de cada año.

## CAPÍTULO III

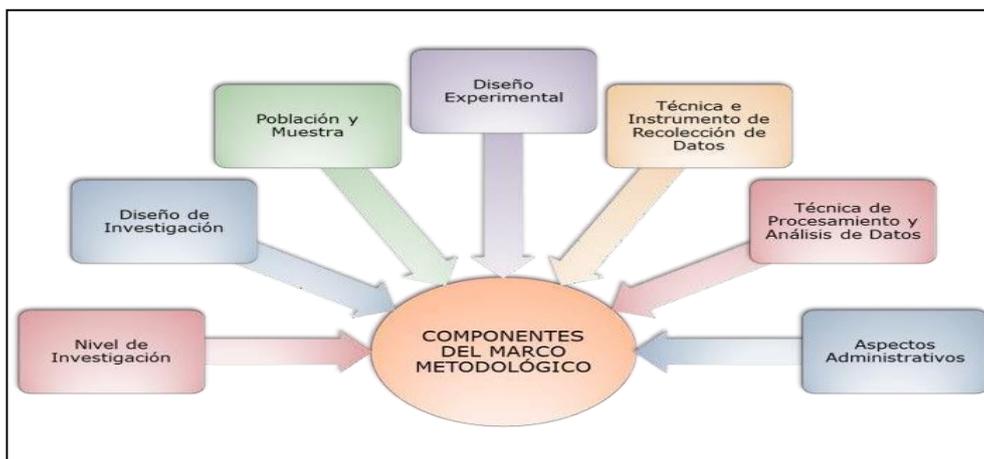
### 3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Metodología

La Metodología de la investigación consiste en revisar ciertos procesos para desarrollar la investigación enfocándose a determinar las herramientas para estudiar en la aplicación del desarrollo del problema, para el planteamiento debe ayudarse de manera factible distintas soluciones que posee en todas las etapas de la investigación.

Según (Muñoz Ramirez & Martínez, 2020), plantea una definición acerca de la Metodología de la Investigación como:

*Una Disciplina general que agrupa y conjunta de manera coherente y racional ciertos procesos y técnicas que permite definir y sistematizar con el propósito de realizar un estudio. Durante el desarrollo de documentos y proyectos de investigación es necesario aplicar Metodología APA, cuyo aspecto principal es la estructuración del desarrollo de la información, además las referencias y citar adecuadamente.*



**Figura 3:** Componentes del Marco Metodológico

**Fuente:** (Muñoz Ramirez & Martínez, 2020)



**Figura 4:** Características de la Metodología de la Investigación

**Fuente** (Muñoz Ramirez & Martínez, 2020)

La metodología de investigación da como finalidad en atribuir definiciones en un determinado lenguaje teniendo en claro métodos, técnicas, enfoques, procedimientos, funciones, herramientas e instrumentos definidos para lograr objetivos y van a ser justificados por el investigador, según el criterio de autores de libros y sitios digitales dentro de las metodologías mediante citas parafraseadas largas o cortas con sus correspondientes fechas en el soporte del autor.

Como marco de acción metodológica de la investigación, lleva un sentido claro y conciso que otorga la búsqueda de eficiencia y de calidad en todas las etapas de la investigación. La metodología de la investigación contribuye el enriquecimiento del conocimiento científico en el análisis y el desarrollo del progreso en la búsqueda y el perfeccionamiento investigativo.

### 3.2 Tipo de investigación

Existen diversos tipos como modelos y clasificaciones: según su nivel diseño y propósito en todos para definir ciertas situaciones. Para describir los tipos de investigación de acuerdo a la problemática planteada se extraer la fuente para la obtención de información y datos para su elección.

Para estos casos, se ha elegido el tipo para el presente trabajo de titulación es Investigación del Campo con la que podemos desarrollar a partir de distribuir información entorno a la situación actual.

### **3.2.1 Investigación del Campo**

El tipo de investigación lleva una conspiración en la investigación bibliográfica con el propósito de recolectar los datos o la información necesaria. Proviene de las fuentes a través de la sociedad o la naturaleza, es importante ejecutar la obtención de datos o información esencial como una función principal es cumplir los objetivos

Para (Cortéz Suárez, Escudero Sánchez, & Cajas Palacios, 2018), describen en cada manifestación acerca la definición de la Investigación del Campo como

*Un procedimiento que forma parte de la metodología científica con el fin de obtener nuevos conocimientos por la verdadera función principal es a información o datos recolectados en el lugar donde se ha realizado en el fenómeno de estudio. Su ventaja es la manipulación de una o más variables externas de manera efectiva no verificada, teniendo como un objetivo en describir las formas, así también como las causas donde se originan en una determinada situación particular.*

## **Enfoque**

### **3.2.2 Enfoque Cualitativo**

Tiene como referencia ciertos estudios cualitativos para constituir un acercamiento metodológico en la búsqueda con el sentido o procesamiento de ciertas acciones sociales tomando en cuenta los aspectos, actitudes ya sea cultural, estimaciones, personales o en percepciones.

La Finalidad del procedimiento cualitativo dentro de la investigación es de indagar y medir las situaciones dentro de la calidad cotidiana con todas las herramientas o recursos disponibles en el desarrollo del problema del campo científico. Las Herramientas o recursos disponibles se refiere a actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en un entorno público personal. Pretende llegar a cumplir con una descripción holística llegando a ser el sujeto de estudio es considerado de manera total.

Según (Alan Neill, Quezada Abad, & Arce Rodríguez, 2018), podemos manifestar la definición de la investigación cualitativa como un enfoque en

*Comprender los fenómenos exploratorios de una manera profunda y comprensiva que permite recopilar una información, para luego proceder en técnicas de las entrevistas, observaciones o grupos focales. Como diseño de la investigación se basa en recolectar descripciones esenciales con el fin de obtener información clave y real. Se enfoca además también la integración de las ciencias sociales para estudios políticos y de mercado, así como en el escenario mediante conductas y sujetos entre los participantes dentro de la indagación siendo de tipo inductivo con experiencias sociales y el significado en la vida de las personas*

Según (Campos Ocampo, 2017), manifiesta otra definición sobre la investigación cualitativa, en que no se trata de aspectos numéricos, si no se centra en

*Reflexiones culturales tales como: deducciones, razonamientos, relaciones, subjetividades. Precisa la definición como origen a la cualidad del objeto de la investigación, a partir del objeto ejecutado por el investigador como paradigma estará enfocada a la subjetividad. La concordancia del investigador ratifica el grado de la objetividad y la rigurosidad dentro de la argumentación, razonamientos, deducciones e implicaciones que se encuentra en toda la investigación cualitativa.*

En nuestro proyecto, utilizamos para deducir e interpretar la información principal mediante la entrevista la que vamos a realizar a las máximas autoridades

del Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán, con respecto a las estrategias de la imagen institucional.

### **3.2.3 Enfoque Cuantitativo**

Consiste en procesar datos cuantitativos dentro del objeto de la investigación centrados a la información numérica, es decir, están centrada en las cantidades que presenta en el procesamiento del objeto de la investigación, tomando en cuenta todos los aspectos culturales y científicos con lo que se está aportando a la sociedad.

Según (Campos Ocampo, 2017), manifiesta sobre un aspecto principal de la Investigación Cuantitativa como el Positivismo

*Siendo un paradigma científico implementado por el Pensador Francés Augusto Comte en el Siglo XIX, así como en una menor proporción por el Inglés John Stuart Mill. El positivismo, recurre a ciertas ciencias naturales y humanas siendo exactas para analizar la recolección de datos para su descripción e interpretación estadística.*

Las características de la investigación cuantitativa lo describen lo siguiente:

- Ciertos investigadores realizan el planteamiento del problema, delimitaciones, Objetivos y la importancia del problema de la investigación, cuyas preguntas del estudio delimitado y concreto verán en cada una de sus cuestiones específicas.
- Al haber planteado el problema del estudio, el/investigador o la investigadora pueden desarrollar el Marco Teórico, revisión de la literatura, realización de la hipótesis, aspectos legales con base al soporte al problema, tienen como favoritismo corroborar si las hipótesis son ciertas, caso contrario pueden buscar nuevas hipótesis o descartar eventualmente la teoría
- Antes de Recolectar y analizar los datos para corroborar los hechos se genera las hipótesis
- La recolección de datos se fundamenta durante la medición de las hipótesis con procedimientos estandarizados y es aceptada por otros investigadores,

pretende medir ciertos fenómenos estudiados frente al mundo real referido u observado.

- Las mediciones, cuyos productos son los datos representándose a través de cantidades numéricas.
- Se pueden generalizar los resultados encontrados dentro de una muestra como un grupo o segmento o, un universo como una colectividad mayor. También se busca que los estudios o análisis de eficiencia en la que pueden replicarse en una investigación cuantitativa.

### **3.3 Técnica e instrumentos**

Es una agrupación de procedimientos metodológicos que tiene como fin recolectar información para obtener resultados los cuales se utilizarán de acuerdo a la técnica que se desea aplicar.

Según (Hernández Mendoza & Duana Avila , 2020), manifiesta acerca de las Técnicas e Instrumentos de la Investigación durante la recolección de datos que

*“Es un paso primordial para tener éxito y alcanzar el resultado deseado. Llevando correctamente una recolección de datos.”*

#### **3.3.1 Entrevista**

Es una conversación entre dos o más personas basada en una lista de preguntas las cuales formula el entrevistador para que la persona entrevistada de su respuesta u opinión. Es muy utilizada como instrumento técnico para realizar una investigación cualitativa y de esta forma recabar información.

Una entrevista debe de ser manejada de acuerdo a los propósitos alcanzar, y que el entrevistado pueda expresar diferentes puntos de vista de forma abierta, tomando en cuenta que muchas veces el tiempo es limitado y surgen la necesidad por parte del parte del entrevistador que se completen todas las preguntas del cuestionario.

### **3.3.2 Encuesta**

Es un método de investigación que consiste una serie de preguntas que se realizan a personas para recabar datos, información, opiniones sobre un tema determinado, se la emplea ante la necesidad de justificar una hipótesis o un tema para descubrir una solución de la forma más metódica factible.

La información se puede distribuir en papel, aunque debido a la tecnología se puede realizar un cuestionario online y compartirlo mediante las redes sociales, código QR, correo electrónico, etc.

### **3.4 Población**

La Población es una composición de todos los elementos quienes participan son las personas, objetos, organismos, multimedia, historias clínicas, etc., dentro de la formulación del problema de la investigación para un fenómeno que fue definido y delimitado en su totalidad.

Según (Ventura León, 2017), manifiesta el concepto de la Población dentro de un estudio como

*Un conjunto diverso de elementos que contiene ciertos aspectos o características que pretenden estudiar. Existe un carácter inductivo para esperar en la parte observada para asumir una realidad con las garantías de extraer conclusiones dentro del estudio, para dar fundamento entre la población, así como también la muestra que convierte de lo particular a lo general en los términos para los elementos estudiados por sus características delimitadas en el tiempo y en el lugar escénico para dar un paso en solucionar en el problema de la investigación.*

**Tabla 6: Tipos De Población**

| <b>Población Finita</b>  | <b>Población Infinita</b>   |
|--|---|
| Cuando se conoce generalmente el tamaño cuantitativo de la población | Cuando no tienen en conocimiento el tamaño cuantitativo de la población |

*Fuente:* (Ventura León, 2017)

**Tabla 7: Clases de Población**

| <b>.Población Diana</b>  | <b>Población Accesible</b>  | <b>Población elegible</b>   |
|--|---|---|
| Considerado como Población de estudio blanco, para concluir resultados | Conjunto de casos accesibles para el investigador con solución de criterios predeterminados al mismo tiempo | Se trata únicamente los criterios de selección a una cantidad determinada de la población |

*Fuente:* (Ventura León, 2017)

Al Realizar una Investigación Cuantitativa, primeramente, seleccionar la unidad de estudio o análisis; posteriormente se selecciona la población, de manera exacta sin omitir puntos de detalles o características. Luego de obtener la población definida hay que escoger la muestra del estudio en ciertos casos.

Para el trabajo de investigación, el Cuerpo de Bomberos Municipal Del Cantón Durán, procederemos la selección de una muestra con respecto ciudadanía del Cantón, podemos obtener datos relevantes e importantes en el desarrollo investigativo para recibir la interpretación gráfica y numérica. Se describe la población total:

**Tabla 8 Muestra**

| <b>Población del Cantón Durán</b> |                |
|-----------------------------------|----------------|
| <b>Hombres</b>                    | 116.401        |
| <b>Mujeres</b>                    | 119.368        |
| <b>Total Población</b>            | <b>235.769</b> |

*Fuente:* (INEC, 2010)

### 3.5 Muestra

Es una herramienta de investigación científica que permite analizar una parte o subconjunto de la población total. La muestra debe constar con la información deseada ya que servirá como una demostración representativa, por ello debemos determinar que parte de la población vamos analizar ya que debemos obtener datos estadísticos concretos.

Esta herramienta nos a permitir conocer quiénes son las personas idóneas para realizar la investigación con una representación de porcentaje buena, manteniendo un trabajo cuidado y de mucha calidad en la recolección de datos.

#### 3.5.1 Tamaño de la muestra

Se realiza mediante la selección de criterios, estadísticamente es necesario conocer diversas técnicas o métodos de muestreo. Para la toma de decisiones, no se debe ejecutarlo al azar, sino para aplicar ciertos criterios teórico-metodológicos

Para el presente proyecto debemos aplicar la fórmula del tamaño de muestra para una población finita además muy conocida, donde se detalla el siguiente:

$$n = \frac{N \times z^2 \times p \times q}{(z^2 \times p \times q) + (N - 1) \times e^2}$$

**Dónde:**

**N:** Tamaño de la Población

**n:** Tamaño de la Muestra

**Z:** Coeficiente de la Distribución de Gauss

**p:** Probabilidad Esperada

**q:** Probabilidad contraria  $q=1-p$

**e:** Error esperado, puede ser  $5\%=0.05$

### 3.5.2 Cálculo del Tamaño Muestral

*Tabla 9 Calculo Tamaño Muestral*

| <b>Datos</b>                |         |
|-----------------------------|---------|
| <b>Nivel de Estimación=</b> | 95%     |
| $Z_{\alpha=0.05}$ =         | 1.96    |
| <b>N=</b>                   | 235.769 |
| <b>p=</b>                   | 0.5     |
| <b>q=</b>                   | 0.5     |
| <b>e=</b>                   | 0.05    |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times N \times (p \times q)}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times (p \times q)}$$

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times N \times (p \times q)}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 235769 \times (0.5 \times 0.5)}{0.05^2 \times (235769 - 1) + 1.96^2 \times (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 235769 \times 0.25}{(0.0025 \times 235768) + (3.8416 \times 0.25)}$$

$$n = \frac{226.432,5476}{589,4225 + 0.9604}$$

$$n = \frac{226.432,5476}{590,3829}$$

$$n = 383.5350 \approx n = 384$$

Esta Encuesta se realizó a la ciudadanía duraneña, hombres y mujeres entre los 18 y 55 años. El tamaño de la muestra para nuestro del estudio es de 384 personas de diferentes sectores del cantón que representan el 5% de la población. Sintetizando presentaremos tabla y gráficos que demuestren los resultados obtenidos.

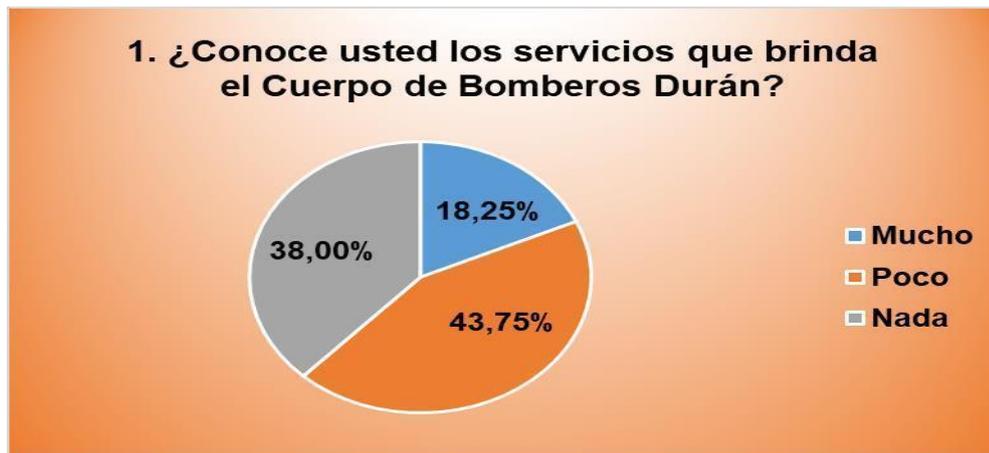
### 3.6 Interpretación de los resultados

#### **Pregunta 1: ¿Conoce usted los servicios que brinda el Cuerpo de Bomberos Durán?**

**Tabla 10 Resultado de la Pregunta 1**

| <b>Características</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------------|-------------------|-------------------|
| Mucho                  | 73                | 18,25%            |
| Poco                   | 175               | 43,75%            |
| Nada                   | 152               | 38,00%            |
| <b>Total</b>           | <b>400</b>        | <b>100,00%</b>    |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 1 Distribución Porcentual sobre si conocen los servicios del CBMCD.**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

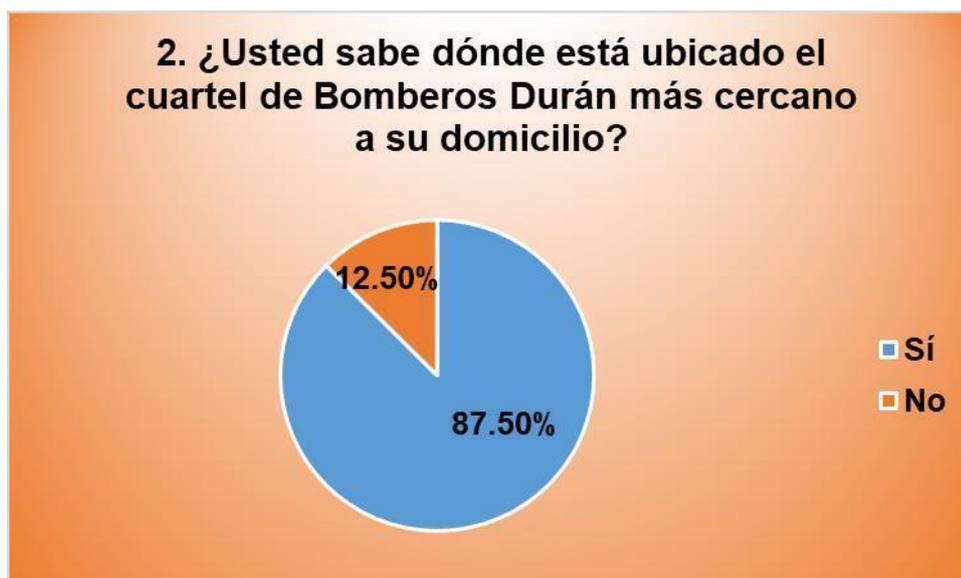
*De Acuerdo a los resultados de la pregunta 1, el 38.00% desconoce los servicios de la institución, sin embargo, un margen considerable, indica conocer poco sobre los servicios de la entidad, lo que representa la poca difusión de los mismos.*

**Pregunta 2: ¿Usted sabe dónde está ubicado el cuartel de Bomberos Durán más cercano a su domicilio?**

**Tabla 11 Resultado de la Pregunta 2**

| Características | Frecuencia | Porcentaje     |
|-----------------|------------|----------------|
| Sí              | 350        | 87.50%         |
| No              | 50         | 12.50%         |
| <b>Total</b>    | <b>400</b> | <b>100.00%</b> |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 2 Distribución Porcentual donde la población indica si conoce el cuartel más cercano a su vivienda.**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

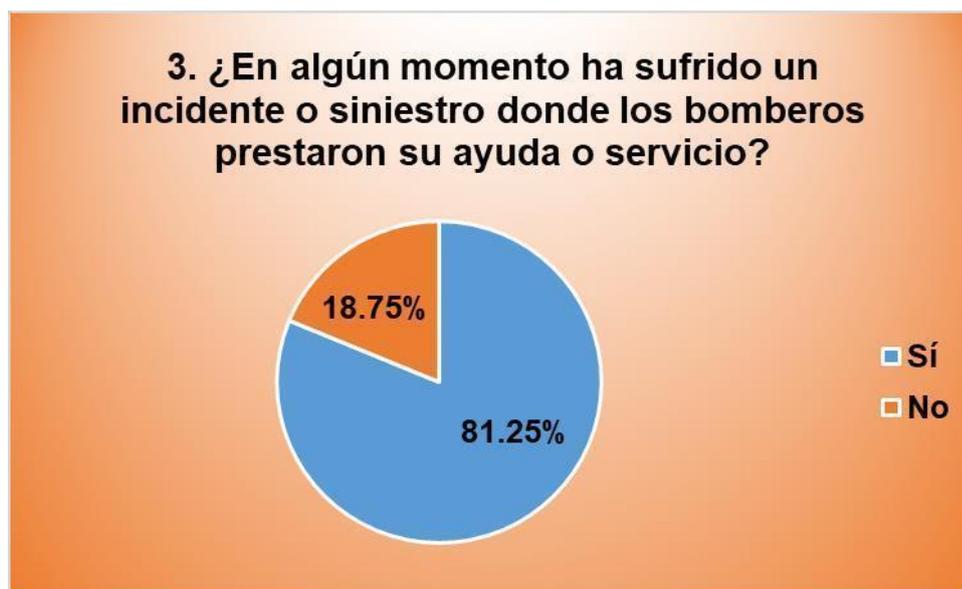
*De acuerdo a los resultados de la pregunta 2, el 87,50% de la población indica que conocen el cuartel de bomberos en el Cantón Durán más cercano a su domicilio, mientras que es poco el porcentaje que lo desconoce.*

**Pregunta 3: ¿En algún momento ha sufrido un incidente o siniestro donde los bomberos prestaron su ayuda o servicio?**

**Tabla 12 Resultado de la Pregunta 3**

| <b>Características</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------------|-------------------|-------------------|
| Sí                     | 325               | 81.25%            |
| No                     | 75                | 18.75%            |
| <b>Total</b>           | <b>400</b>        | <b>100.00%</b>    |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 3 Distribución Porcentual en la cual la población indica si ha tenido una emergencia donde ha intervenido bomberos.**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

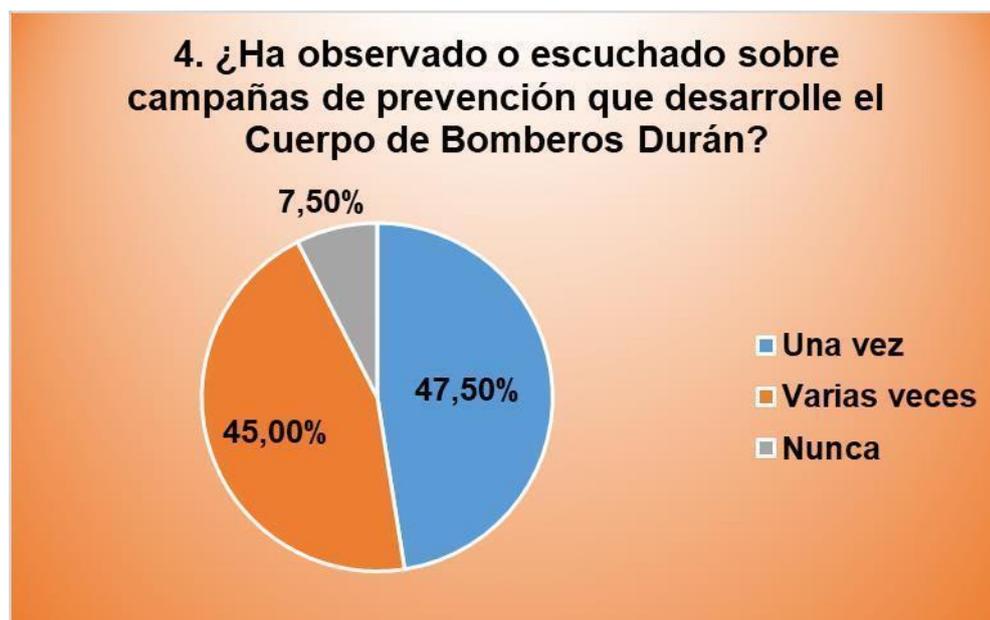
*De Acuerdo a los resultados de la pregunta 3, donde el 81.25% indica que han sufrido un incidente o siniestro acudiendo la intervención de los Bomberos del Cantón Durán como primera respuesta operativa.*

**Pregunta 4: ¿Ha observado o escuchado sobre campañas de prevención que desarrolle el Cuerpo de Bomberos Durán?**

**Tabla 13 Resultado de la Pregunta 4**

| Características | Frecuencia | Porcentaje     |
|-----------------|------------|----------------|
| Una vez         | 190        | 47,50%         |
| Varias veces    | 180        | 45,00%         |
| Nunca           | 30         | 7,50%          |
| <b>Total</b>    | <b>400</b> | <b>100,00%</b> |

*Fuente: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 4 Distribución Porcentual de la ciudadanía sobre campañas comunicacionales.**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

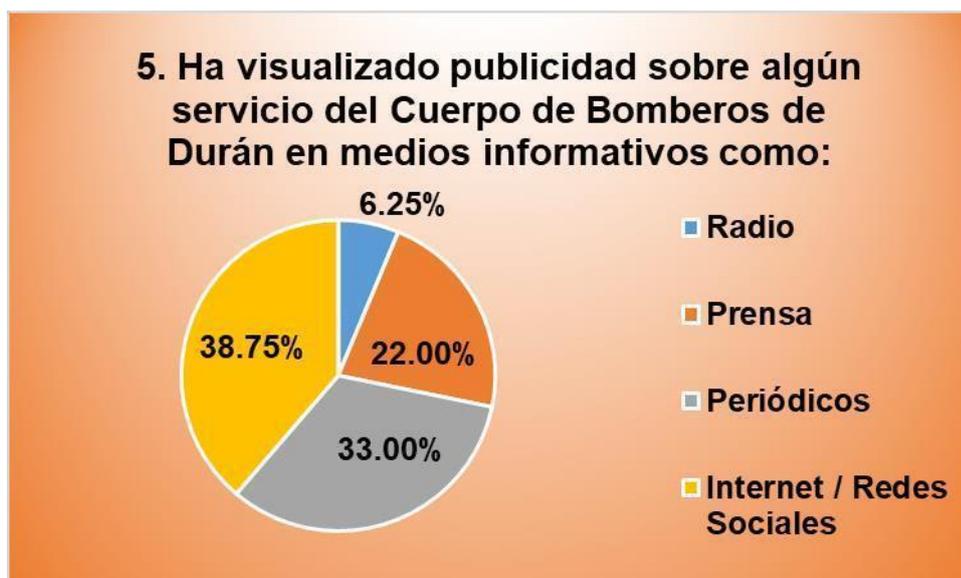
*De acuerdo a los resultados de la pregunta 4, el 47.50% indica que, si ha observado campañas de prevención implementadas por la institución bomberil, mientras que un gran porcentaje indica no conocer ninguna, estos resultados dejan ver que es necesario fortalecer y difundir en diferentes medios comunicacionales las campañas de prevención.*

**Pregunta 5: Ha visualizado publicidad sobre algún servicio del Cuerpo de Bomberos de Durán en medios informativos como:**

**Tabla 14 Resultado de la Pregunta 5**

| <b>Características</b>    | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------------------|-------------------|-------------------|
| Radio                     | 25                | 6.25%             |
| Prensa                    | 88                | 22.00%            |
| Periódicos                | 132               | 33.00%            |
| Internet / Redes Sociales | 155               | 38.75%            |
| <b>Total</b>              | <b>400</b>        | <b>100.00%</b>    |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 5 Distribución Porcentual donde indica la población a ver visualizada publicidad sobre servicios del CBMCD**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

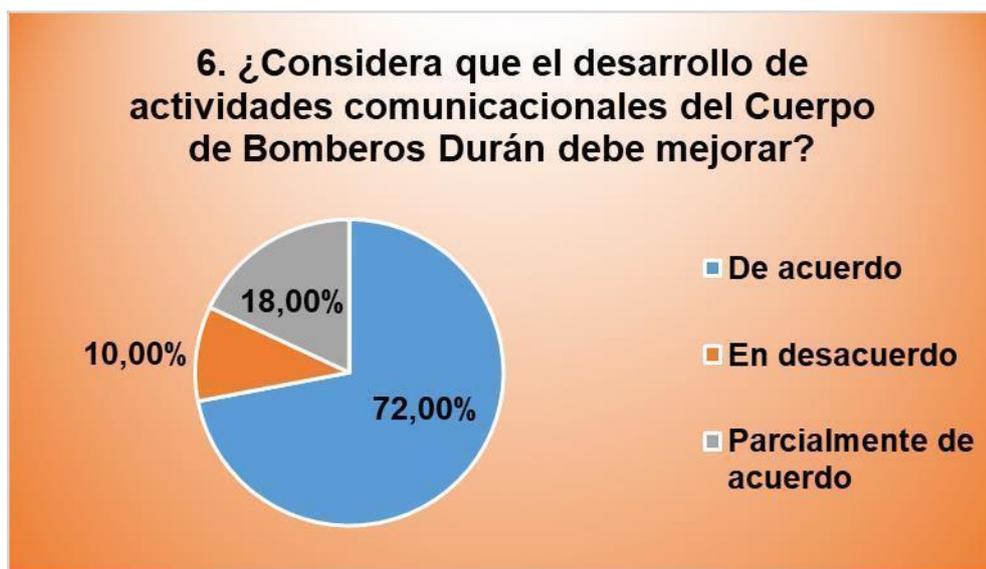
*Los siguientes resultados permiten evidenciar, que el 38.00% de la ciudadanía ha observado la publicidad informativa de la institución por medio de las redes sociales, mientras que el restante la ha observado en otros medios de transmisión.*

**Pregunta 6: ¿Considera que el desarrollo de actividades comunicacionales del Cuerpo de Bomberos Durán debe mejorar?**

**Tabla 15 Resultado de la Pregunta 6**

| Características         | Frecuencia | Porcentaje     |
|-------------------------|------------|----------------|
| De acuerdo              | 288        | 72.00%         |
| En desacuerdo           | 40         | 10.00%         |
| Parcialmente de acuerdo | 72         | 18.00%         |
| <b>Total</b>            | <b>400</b> | <b>100.00%</b> |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 6 Distribución Porcentual de opinión donde consideran que debe mejorar las actividades comunicacionales.**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

*Con respecto a la pregunta 6, el 72.00% de la ciudadanía indica que deben mejorar las actividades comunicacionales de la institución en caso de haber un incidente o siniestro.*

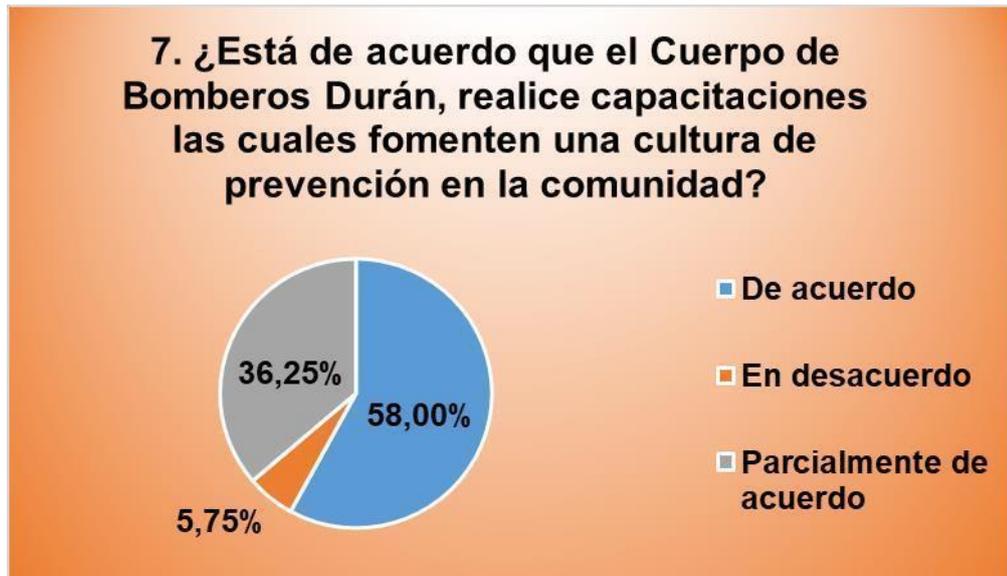
**Pregunta 7: ¿Está de acuerdo que el Cuerpo de Bomberos Durán, realice capacitaciones las cuales fomenten una cultura de prevención en la comunidad?**

**Tabla 16 Resultado de la Pregunta 7**

| <b>Características</b>  | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------------------|-------------------|-------------------|
| De acuerdo              | 232               | 58,00%            |
| En desacuerdo           | 23                | 5,75%             |
| Parcialmente de acuerdo | 145               | 36,25%            |
| <b>Total</b>            | <b>400</b>        | <b>100,00%</b>    |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

**7. ¿Está de acuerdo que el Cuerpo de Bomberos Durán, realice capacitaciones las cuales fomenten una cultura de prevención en la comunidad?**



**Ilustración 7 Distribución Porcentual sobre capacitaciones a la ciudadanía**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

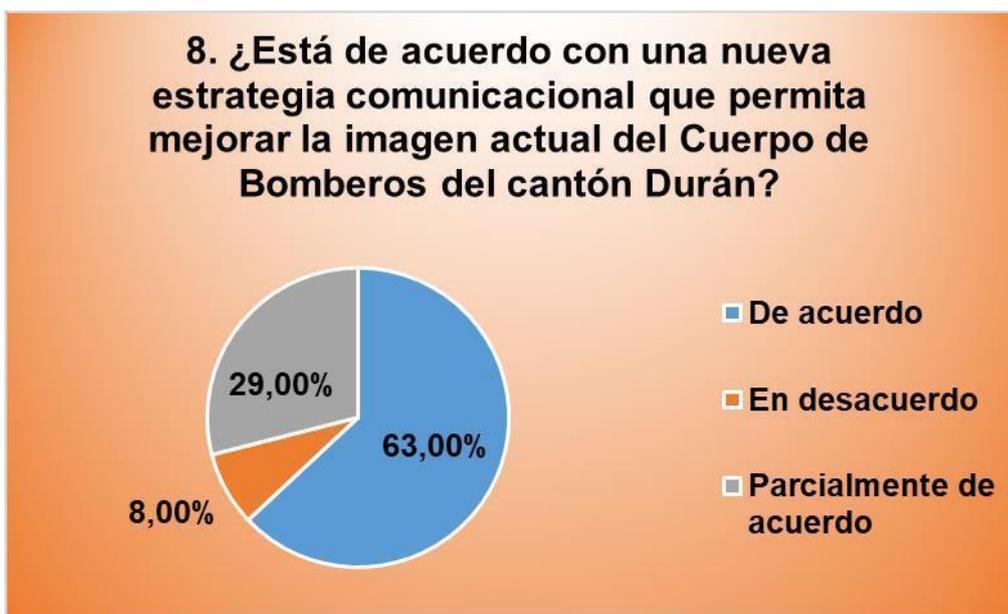
*La opinión de los encuestados indica el 58,00 % estar de acuerdo que la institución realice capacitaciones con medidas de prevención de incendios y otros riesgos que puedan existir en el hogar o en el entorno.*

**Pregunta 8: ¿Está de acuerdo con una nueva estrategia comunicacional que permita mejorar la imagen actual del Cuerpo de Bomberos del cantón Durán?**

**Tabla 17 Resultado de la Pregunta 8**

| Características         | Frecuencia | Porcentaje     |
|-------------------------|------------|----------------|
| De acuerdo              | 252        | 63,00%         |
| En desacuerdo           | 32         | 8,00%          |
| Parcialmente de acuerdo | 116        | 29,00%         |
| <b>Total</b>            | <b>400</b> | <b>100,00%</b> |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 8** Distribución Porcentual para mejorar la imagen comunicacional de la institución.

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

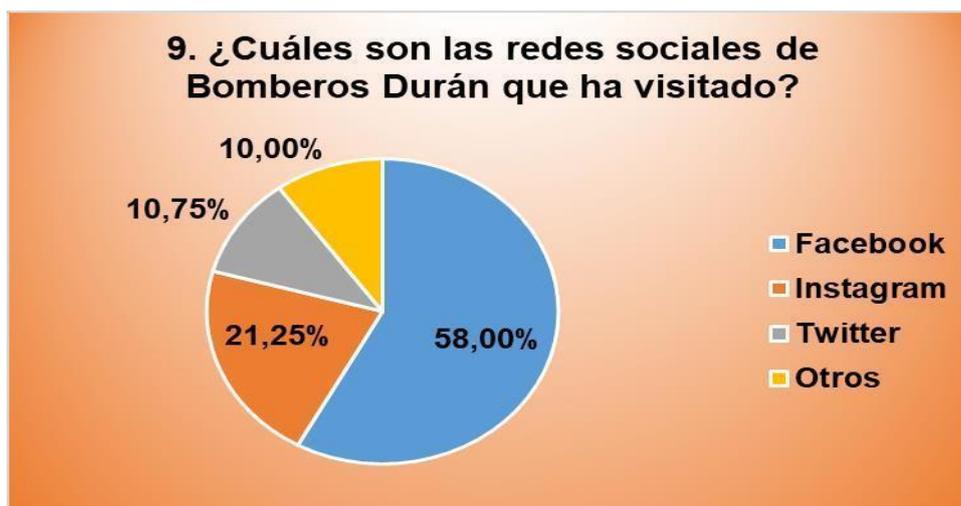
*Los resultados de esta pregunta permiten evidenciar que el 63,00% de la población duraneña está de acuerdo que la imagen del CBMCD puede mejorar con un plan estratégico comunicacional.*

**Pregunta 9: ¿Cuáles son las redes sociales de Bomberos Durán que ha visitado?**

**Tabla 18** Resultado de la Pregunta 9

| Características | Frecuencia | Porcentaje     |
|-----------------|------------|----------------|
| Facebook        | 232        | 58,00%         |
| Instagram       | 85         | 21,25%         |
| Twitter         | 43         | 10,75%         |
| Otros           | 40         | 10,00%         |
| <b>Total</b>    | <b>400</b> | <b>100,00%</b> |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 9 Distribución Porcentual sobre las visitas a redes sociales**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

*Respecto a la pregunta #9, el 58,00% manifiesta haber visualizado más contenido publicitario por la red social Facebook, mientras que el porcentaje restante lo ha observado por otras redes, determinando que la red social más utilizada y de mayor difusión es Facebook.*

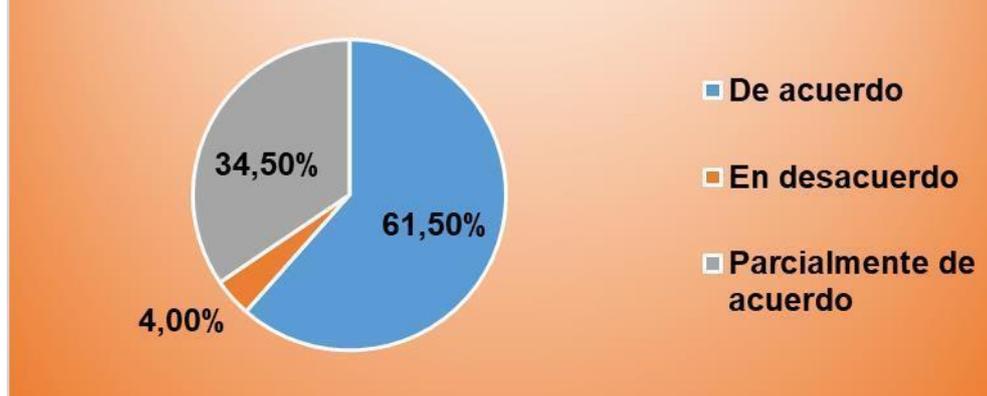
**Pregunta 10: ¿Considera usted que la actual imagen institucional del Cuerpo de Bomberos Durán, trasmite adecuadamente los servicios que la caracterizan?**

**Tabla 19 Resultado de la Pregunta 10**

| Características         | Frecuencia | Porcentaje     |
|-------------------------|------------|----------------|
| De acuerdo              | 246        | 61,50%         |
| En desacuerdo           | 16         | 4,00%          |
| Parcialmente de acuerdo | 138        | 34,50%         |
| <b>Total</b>            | <b>400</b> | <b>100,00%</b> |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

**10. ¿Considera usted que la actual imagen institucional del Cuerpo de Bomberos Durán, trasmite adecuadamente los servicios que la caracterizan?**



**Ilustración 10 Distribución Porcentual sobre la trasmisión de los servicios del CBMCD**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

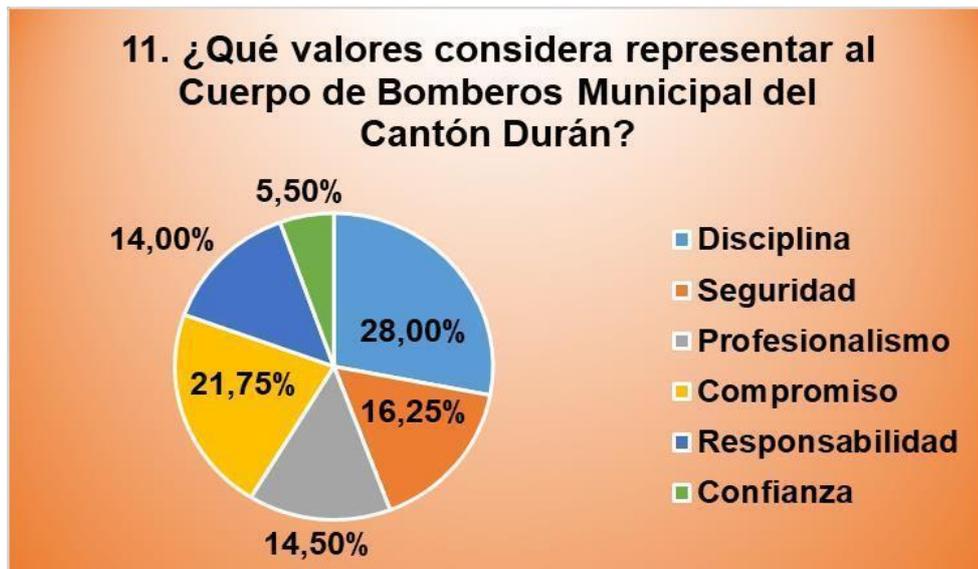
*En respuesta a la pregunta #10, el 61,00% de los ciudadanos considera adecuada la forma de transmitir los servicios de caracterizan a la institución, pero existe un porcentaje considerable que está en desacuerdo.*

**Pregunta 11: ¿Qué valores considera que representan al Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán?**

**Tabla 20 Resultado de la Pregunta 11**

| Características | Frecuencia | Porcentaje     |
|-----------------|------------|----------------|
| Disciplina      | 112        | 28,00%         |
| Seguridad       | 65         | 16,25%         |
| Profesionalismo | 58         | 14,50%         |
| Compromiso      | 87         | 21,75%         |
| Responsabilidad | 56         | 14,00%         |
| Confianza       | 22         | 5,50%          |
| <b>Total</b>    | <b>400</b> | <b>100,00%</b> |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 11 Valores que representan al Cuerpo de Bomberos Durán**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

*La siguiente pregunta detalla los valores éticos y morales que resaltan a la institución bomberil, destacando la disciplina con un 28,00% como principal valor que la ciudadanía percibe de los bomberos.*

**Pregunta 12: ¿Tiene conocimiento sobre las estrategias de imagen institucional que se implementan en los medios de difusión como lo son promoción y publicidad?**

**Tabla 21 Resultado de la Pregunta 12**

| Características | Frecuencia | Porcentaje     |
|-----------------|------------|----------------|
| Sí              | 325        | 81,25%         |
| No              | 75         | 18,75%         |
| <b>Total</b>    | <b>400</b> | <b>100,00%</b> |

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*



**Ilustración 12 Distribución Porcentual sobre las estrategias comunicacionales del CBMCD**

*Elaborado por: (Mendoza Reyes, 2021)*

*La opinión de los encuestados sobre la pregunta #12, el 81,00% manifiesta si tener conocimiento sobre las estrategias de imagen institucional que se implementan en los medios de difusión como lo son promoción y publicidad.*

### **3.7 Entrevistas a autoridades con funciones operativas.**

#### **Entrevista al Tnte. Crnl. Carlos Montúfar Álvarez, Primer Jefe del Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán.**

Nuestro primer entrevistado es Carlos Montúfar Álvarez, nació en Guayaquil el 12 de septiembre de 1991. cursó su primera enseñanza en la escuela fiscomisional “La Resurrección #2”, sus estudios secundarios los realizó en la U.E “CTG” Colegio Part. Paramilitar “PDTE. Carlos Julio Arosemena Tola “, obteniendo el título de bachiller en Físico- Matemático. Estudió derecho en la Universidad de Guayaquil graduándose como Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador.

Durante muchos años ejerció su carrera como abogado, preparándose y asistiendo a varios cursos y seminarios, pero nunca dejó de lado su pasión por ser bombero. Desde que era un niño le gustaba observar las motobombas, pero nunca se imaginó que se convertiría en uno de esos héroes sin capa. Hasta que un día, por su barrio observó cómo se incendiaba la casa de un vecino, con baldes de agua y ayuda del vecindario apagaron el incendio, del cual rescataron un perrito.

Inició su carrera Bomberil el 18 de noviembre del 2011 como Bombero Voluntario en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, su constancia permitió que formara parte de esta institución con el cargo de Sub.Oficial en la Compañía “Crnl. Luis Hidalgo Vernaza” No. 37. Obteniendo varias menciones honorificas entre estas: Estrella de bronce, durante 6 años consecutivos y el reconocimiento Estrella de plata en el 2017.

Unos años más tarde, el 16 de abril del 2016, fue llamado al servicio activo por el estado de emergencia que vivió el país durante el terremoto. Posteriormente el coronel inició su período como Primer Jefe del Cuerpo de Bombero Municipal del Cantón Durán, el 15 de mayo del 2019 demostrando día a día su vocación de servicio a la comunidad.

Tarea que no ha sido sencilla, Montúfar manifiesta que la comunidad no tiene

conocimiento de todo el trabajo que desarrollan los bomberos, ya que no solo es apagar incendios, existe múltiples de actividades complejas a la cual denominamos como servicio, “es muy necesario demostrar a la comunidad con una estrategia comunicacional todo el trabajo que realiza el Cuerpo de Bomberos Durán, mediante campañas publicitarias, redes sociales, capacitaciones que instruyan a la sociedad creando una cultura preventiva”, el 3 de noviembre del 2019 nuestra institución y el cantón Durán enfrentó uno de los incendio de gran magnitud el cual tuvo una duración de 4 días consecutivos, contando con la ayuda de 16 cuerpo de bomberos de nuestro país y la ayuda solidaria de las industrias duraneñas, “nuestra labor no es sencilla trabajamos 24/7 sacrificando muchas veces momentos con nuestra familia, sirviendo con vocación a la comunidad porque al final del día no existan vidas inocentes pérdidas”

“La profesión del Bombero demanda esfuerzo y sacrificio, superar nuestros límites y sobre todo enfrentarse a ambientes complicados.”

### **3.8 Análisis de Resultados**

La comunicación externa es la agrupación de acciones informativas que la institución dirige a la sociedad con el objetivo de reforzar, generar y mantener una buena relación entre la entidad y los diferentes públicos, en la presente investigación se propuso conocer y estudiar la imagen institucional y su impacto en la comunidad duraneña. Por lo tanto, planteamos como primer punto, analizar los elementos que constituyen la comunicación externa en su relación con la imagen institucional del CBMCD.

Es debido destacar el conjunto de bases que vinculan la comunicación institucional desde una imagen corporativa esto nos permite entender cómo funciona la imagen empresarial, basándonos en una serie de elementos que se desarrollan en un ambiente de congruencia que permiten entender las relaciones externas donde se destacan los servicios que brinda, los valores, principios e ideales que posee la institución.

el Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán ha enfrentado varios desafíos durante los últimos tiempos, por ejemplo la pandemia Covid-19 que no solo desestabilizó

a nuestra institución sino a todos los países y familias del mundo, pero nuestra entidad siempre tuvo como objetivo velar por la ciudadanía y los bienes de nuestro cantón, prestando nuestros servicios no solo como bomberos sino también como humanos, colaborando con todas las instituciones de primera línea de respuesta, con el único objetivo de servir.

La ciudadanía del cantón Durán desconoce mucho de los servicios de la institución ya que solo conocen el de apagar incendios, sin embargo, son muchas las labores que realizan a diario, el bombero es un profesional del servicio de la extinción de incendios y salvamento del cantón donde trabaje, incluyendo cualquier tipo de siniestro que suceda y ponga en peligro vidas o bienes, sea de mayor o menor grado. Esto incluye:

1. Incendios urbanos
2. Incendios rurales
3. Incendios forestales
4. Incendios industriales
5. Excarcelación en accidentes de tránsito
6. Rescate verticales
7. Rescate acuático
8. Materiales peligrosos
9. Derrumbes y búsqueda de personas
10. Rescate de animales

Estas son las emergencias de gravedad que asisten los bomberos en su labor diaria, sin dejar de lado las campañas de prevención y sensibilización contra incendios que llevan a cabo, la ciudadanía desconoce todo esto, ya que al ser una institución de servicio público también recibe muchas críticas, en la encuesta afirmaron los ciudadanos que cuando han tenido unas emergencias, Bomberos Durán ha estado ahí para socorrerlos.

Esta investigación afirma que las críticas que ha recibido la institución no perjudican su reputación, labores como las que realizaron el 3 de noviembre del 2020 en el incendio macro en la Fabrica Industrial Procarsa, el cual tuvo una duración de 4 días, esto permitió posicionar una imagen positiva que se basó solo en hechos y lo que la ciudadanía mira como un acto de heroísmo por parte de la casaca roja.

## Conclusiones

En la actualidad todas estas labores que realizan no son resaltadas a su máximo potencial, no existe un plan de comunicación estratégica, algo que la ciudadanía considera que, si se debe mejorar según la encuesta realizada, esto se debe a la poca difusión de contenidos audiovisuales, campañas comunicacionales con medidas de prevención, falta de planificación en el área de comunicación social, teorías o conceptos para manejar redes sociales.

Las redes sociales es uno de los medios de inmediatez donde la comunidad se entera más rápido de las noticias que acontecen en el día a día, actualizando su contenido cada momento, como fuente principal Cuerpo de Bomberos debería emitir un reporte de cada indecente que acontece en el cantón de esta forma se permitirá tener más contacto con la ciudadanía.

El área de comunicación es de vital importancia para la imagen corporativa de una empresa u organización, ya que es la que lidera la actividad comunicativa tanto en el entorno interno como externo, estableciendo el contenido a comunicar, asegurando coherencia y consistencia en lo que se desea comunicar, esta área será la encargada de elaborar el mensaje de forma adecuada y transmitirlos por los canales idóneos.

En conclusión, la imagen institucional del cuerpo de Bomberos Durán es aceptable desde la visión del público externo, pero podría ser mejor manejando un plan estratégico que permita dar a conocer todos los servicios y trabajo que desarrollan los bomberos.

## **Recomendaciones**

- Implementar un plan de comunicación estratégica que permita posesionar la imagen e identidad del Cuerpo de Bomberos Durán en la comunidad duraneña y sociedad en general.
- El equipamiento y organización del área de comunicación es vital, así se podrá mejorar el manejo y tratamiento de temas de difusión, contenido de valor y creación de nuevos canales de difusión, con el fin de lograr un mayor impacto.
- Es importante realizar continuamente campañas publicitarias, destacando el trabajo y los diferentes servicios que ofrece el Cuerpo de Bomberos de Durán. A la vez, generar interacción con la ciudadanía e involucrar a los duraneños en el fortalecimiento de una cultura responsable y de buenos hábitos.
- Mejorar las alianzas estratégicas con líderes o dirigentes barriales para realizar capacitaciones continuas con los miembros de su comunidad. con el afán de promover buenas prácticas comunitarias.
- Emplear nuevos canales de difusión, para lograr más capacidad de impacto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alan Neill, D., Quezada Abad, J., & Arce Rodríguez, J. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Arcos Abad, D. Á., & David, Á. (2019). *Rediseño de la imagen corporativa de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3383>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2012). *Constitución Nacional del Ecuador*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2019). *Ley Orgánica de la Comunicación*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- assardo, I. (2020). *ilb*. Obtenido de <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>
- autora, M. M.-I. (2021). Durán.
- Báez, V., Pauker, L., & Pasquel, G. (2017). *Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica*. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1177/27es.html>
- Campos Ocampo, M. (2017). *Métodos de Investigación Académica*. Obtenido de [https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/76783/Campos%20Ocampo,%20Melvin.%202017.%20M%C3%A9todos%20de%20Investigaci%C3%B3n%20acad%C3%A9mica.%20\(versi%C3%B3n%201.1\).%20Sede%20de%20Occidente,%20UCR.pdf?sequence=1](https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/76783/Campos%20Ocampo,%20Melvin.%202017.%20M%C3%A9todos%20de%20Investigaci%C3%B3n%20acad%C3%A9mica.%20(versi%C3%B3n%201.1).%20Sede%20de%20Occidente,%20UCR.pdf?sequence=1)
- Castañeda, M., & Melgar, M. (2018). *Guía para la gestión de la Comunicación en las Instituciones*. Lima - Perú; La Paz - Bolivia: Calambur Cía. Ltda.
- Cedillo Jurado, T. (2017). *Comunicación e Imagen Corporativa*. Obtenido de *Comunicación e Imagen Corporativa*
- Chen, C. (15 de Octubre de 2020). *Marco de Referencia*. Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/marco-de-referencia/>

- Collado, C. F., & fernández collado, c. (27 de agosto de 2020). *mi espacio* . Obtenido de <https://www.infosol.com.mx/miespacio/la-comunicacion-organizacional/>
- Comisión de Legislación. (2000). Obtenido de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/LEY-DE-DEFENSA-CONTRA-INCENDIOS.pdf>
- Cortéz Suárez, L., Escudero Sánchez, C., & Cajas Palacios, M. (2018). *Técnicas y Métodos Cualitativos para la Investigación Científica*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
- Cuerpo de Bomberos Municipal Del Cantón Durán. (2019). Obtenido de [www.bomberosdeduran.gob.ec](http://www.bomberosdeduran.gob.ec)
- Delgado Barcia, C. (2018). *Imagen Corporativa del Benemérito Cuerpo De Bomberos Del Cantón Montecristi Desde La Visión Del Público Externo*. Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/1827>
- dogan, b. y. (2017).
- Domenech Mestre, M. (15 de Junio de 2020). *Qué es una Newsletter y cómo hacer una para promocionar tu Empresa*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-una-newsletter-y-como-hacer-una-inbound-marketing/>
- Espinosa, R. (15 de Noviembre de 2020). *Elementos de la comunicación: Tipos*. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2020/11/15/elementos-de-la-comunicacion/>
- Hernández Mendoza, S. L., & Duana Avila , D. (2020). *Métodos, técnicas e instrumentos de investigación*. Obtenido de *Técnicas e instrumentos de recolección de datos:* <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/download/6019/76>  
78
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Durán.
- Licenciatura en RR.HH. Universidad de Champagnat. (16 de agosto de 2020). *Estructura organizacional, qué es, cómo se diseña y su importancia*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-estructura-organizacional/>
- Mendoza, M. (2021). Durán.
- Molina Cañabate, J. P. (2017). *Comunicación Corporativa; Guía de Supervivencia*. Madrid - España: Editorial Grupo 5.

- Muñoz Ramirez, I., & Martínez, A. (20 de Mayo de 2020). *¿Qué es la metodología de investigación?* Obtenido de <https://blog.posgrados.iberomex.mx/metodologia-de-investigacion/>
- Núñez, V. (4 de Junio de 2018). *El Newsletter: Qué es y cuáles son sus utilidades en marketing.* Obtenido de <https://vilmanunez.com/que-es-newsletter/>
- Padilla Bustamante, G. E., & Zapata Maquilón, A. T. (2020). *Manejo Comunicacional de las federaciones ecuatorianas deportivas.* Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/9653>
- Peiró, R. (7 de junio de 2021). *Comunicación vertical y horizontal.* Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-vertical-y-horizontal.html>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2018). *Definición de Comunicación Social.* Obtenido de <https://definicion.de/comunicacion-social/>
- Quinteros Flores, M. S. (2017). *Auditoría de imagen externa del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito (CB-DMQ), aplicado a los sectores: Cerro Auqui (Cumbayá) y Tumbaco.* Obtenido de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/17035>
- Ruales Parreño, R., & Tiaguaro Guamán, E. J. (2018). *La Comunicación Institucional y el fortalecimiento de la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha, periodo Marzo-Agosto Del 2017.* Obtenido de <http://repositorio.unsch.edu.ec/handle/51000/4870>
- significados.com. (7 de Enero de 2021). *36 tipos de comunicación.* Obtenido de <https://www.significados.com/tipos-de-comunicacion/>
- Tomalá, O. (2016). *Oswaldo Tomalá.* Obtenido de <https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacio>
- Ventura León, J. L. (Octubre de 2017). *¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria.* Obtenido de Project: ASUNTOS CONCEPTUALES, METODOLÓGICOS Y ÉTICOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA: [https://www.researchgate.net/publication/320272965\\_Poblacion\\_o\\_muestra\\_Una\\_diferencia\\_necesaria](https://www.researchgate.net/publication/320272965_Poblacion_o_muestra_Una_diferencia_necesaria)

# **Anexos**

## Anexo N<sup>a</sup> 1: Modelo de Encuesta

|   |   |              |  |
|---|---|--------------|--|
|    | <b>CUERPO DE BOMBEROS MUNICIPAL<br/>DEL CANTÓN DURÁN</b><br><i>Fundado en 1917</i>              |              |  |
| <b><u>Encuesta a la Ciudadanía</u></b>  |   |              |  |
| <b>Fecha:</b>   |   | <b>Hora:</b> |  |
| <b>Nombres y Apellidos:</b>   |   | <b>Edad:</b> |  |
| <b>Objetivo:</b>  | <i>Analizar la imagen institucional en el desarrollo del plan estratégico de la institución</i> |              |  |
| <b>Instrucciones</b>  |   |              |  |
| Consiste en Responder 12 preguntas, para cada pregunta en una sola opción en el recuadro señalado con un visto o (x). La presente encuesta está dirigida a la ciudadanía del Cantón Durán |   |              |  |
| <b><u>Preguntas</u></b>   |   |              |  |
| <b>1. ¿Conoce usted los servicios que brinda el Cuerpo de Bomberos Durán?</b>   |   |              |  |
|   | Mucho   |              |  |
|   | Poco  |              |  |
|   | Nada  |              |  |
| <b>2. ¿Usted sabe dónde está ubicado el cuartel de Bomberos Durán más cercano a su domicilio?</b>   |   |              |  |
|   | Sí  |              |  |
|   | No  |              |  |
| <b>3. ¿En algún momento ha sufrido un incidente o siniestro donde los bomberos prestaron su ayuda o servicio?</b>   |   |              |  |

|  |    |
|--|----|
|  | Sí |
|  | No |

4. **¿Ha observado o escuchado sobre campañas de prevención que desarrolle el Cuerpo de Bomberos Durán?**

|  |              |
|--|--------------|
|  | Una vez      |
|  | Varias veces |
|  | Nunca        |

5. **Ha visualizado publicidad sobre algún servicio del Cuerpo de Bomberos de Durán en medios informativos como:**

|  |            |
|--|------------|
|  | Radio      |
|  | Prensa     |
|  | Periódicos |
|  | Internet   |

6. **¿Considera que el desarrollo de actividades comunicacionales del Cuerpo de Bomberos Durán debe mejorar?**

|  |                         |
|--|-------------------------|
|  | De acuerdo              |
|  | En desacuerdo           |
|  | Parcialmente de acuerdo |

**7. ¿Está de acuerdo que el Cuerpo de Bomberos Durán, realice capacitaciones las cuales fomenten una cultura de prevención en la comunidad?**

|  |                         |
|--|-------------------------|
|  | De acuerdo              |
|  | En desacuerdo           |
|  | Parcialmente de acuerdo |

**8. ¿Está de acuerdo con una nueva estrategia comunicacional que permita mejorar la imagen actual del Cuerpo de Bomberos del cantón Durán?**

|  |                         |
|--|-------------------------|
|  | De acuerdo              |
|  | En desacuerdo           |
|  | Parcialmente de acuerdo |

**9. ¿Cuáles son las redes sociales de Bomberos Durán que ha visitado?**

|  |           |
|--|-----------|
|  | Facebook  |
|  | Instagram |
|  | Twitter   |
|  | Otros     |

**10. ¿Considera usted que la actual imagen institucional del Cuerpo de Bomberos Durán, transmite adecuadamente los servicios que la caracterizan?**

|  |                         |
|--|-------------------------|
|  | De acuerdo              |
|  | En desacuerdo           |
|  | Parcialmente de acuerdo |

**11. ¿Qué valores considera representar al Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán?**

|  |                 |  |
|--|-----------------|--|
|  | Disciplina      |  |
|  | Seguridad       |  |
|  | Profesionalismo |  |
|  | Compromiso      |  |
|  | Responsabilidad |  |
|  | Confianza       |  |

**12. ¿Tiene conocimiento sobres las estrategias de imagen institucional que se implementan en los medios de difusió como lo son promoción y publicidad?**

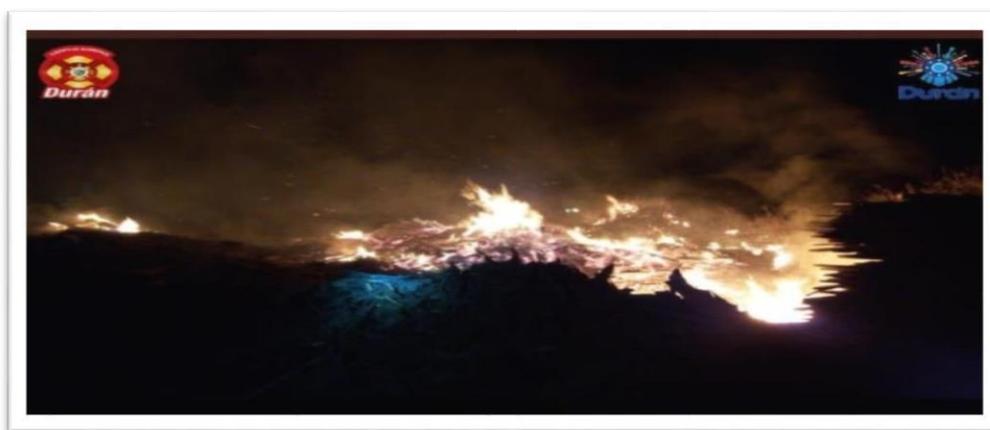
|  |    |
|--|----|
|  | Sí |
|  | No |

|                       |                |               |                          |
|-----------------------|----------------|---------------|--------------------------|
| <b>Elaborado por:</b> | Maholy Mendoza | <b>Fecha:</b> | 12 de Noviembre del 2021 |
|-----------------------|----------------|---------------|--------------------------|

## Anexo N<sup>a</sup> 2: Los 100 Primeros de Gestión de la Administración del Teniente Coronel Abogado Carlos Montúfar Álvarez Año 2019

### ANTECEDENTES

El Cuerpo de Bomberos Municipal del Cantón Durán, tiene como misión brindar a la comunidad una atención efectiva en los casos emergentes como: incendios, rescates u otros a fines de proporcionar un buen servicio en pos de salvaguardar vidas y propiedades de la ciudadanía en general.



*Foto: Incendio Forestal-vía Durán Yaguachi.*



*Foto: Incendio en una terraza de una vivienda en la 1era etapa del Recreo.*



*Foto: Incidente apícola en el Recreo en la cuarta etapa.*



*Foto: Accidente de tránsito en el centro del Cantón Durán.*

Durante estos meses el área de comunicación, no realizaba campañas educativas, no conmemoraban fechas importantes en el ámbito nacional e internacional; así mismo no se daba la apertura para que la Unidad de comunicación realice las coberturas y reportajes de los incidentes suscitados, provocando así un estancamiento institucional en cuanto a información para la ciudadanía del Cantón Durán, e imagen institucional.

El uso y manejo de redes sociales era muy limitado ya que, en Facebook con 1.300 seguidores, Instagram con 800 seguidores y Twitter con 1500 seguidores evidenciándose que en las estadísticas en número de seguidores era realmente muy bajo. Para lo cual se comenzó a realizar campañas de prevención de sismos, incendios, extintores, accidentes de tránsito, aparatos eléctricos, educación vial, en redes sociales y publicar todos los acontecimientos que acudimos.

163 visitas al perfil en los últimos 7 días



827 Publicaciones 1.795 Seguidores 74 Seguidos

**Bomberos Durán**  
 Estación de bomberos  
 Cuenta Oficial  
 100 años de servicio y entrega. Velando por los ciudadanos y los bienes de la ciudad de Durán... más  
[www.bomberosdeduran.gob.ec/](http://www.bomberosdeduran.gob.ec/)  
 Cdla. Abel Gilbert 3, Durán, Ecuador




**Bomberos Durán**  
 @BomberosDuran

Cuenta Oficial 100 años de servicio y entrega. Velando por los ciudadanos y los bienes de la ciudad de Durán. FB- IG: @Bomberosduran 911

📍 Durán - Ecuador [bomberosdeduran.gob.ec](http://bomberosdeduran.gob.ec)  
 🕒 Fecha de nacimiento: 10 de octubre de 1917  
 📅 Se unió el mayo de 2014

219 Siguiendo 4.370 seguidores

Estación de bomberos · Organización sin ánimo de lucro

🕒 Abierto ahora · 8:00-17:00

Ver todo >

**Comunidad**

👍 A 2320 personas les gusta esto

📡 2358 personas siguen esto

👤 A Isaac Clavijo Álvarez, Tatianiita SaltOs y 56 amigos más les gusta esto o han registrado una visita



Dentro de la Unidad de Comunicación se contaba con una sola persona, por tal motivo que no podía abarcar todo el trabajo que se necesita en el área. Los equipos tecnológicos eran escasos y no se contaban con herramientas de trabajo para cubrir y desarrollar información de las emergencias que se suscitaban en nuestro cantón Durán.

En la actualidad dentro de las funciones de Comunicación Social se ha desarrollado lo siguiente:

1. Fomentar y ejecutar campañas comunicacionales de prevención de incendios y sismos en apoyo a la cultura de concientización sobre los riesgos que enfrenta la ciudadanía e instituciones educativas.
2. Coordinar con medios de comunicación, para la realización de coberturas a la institución, sobre temas de interés ciudadano.
3. Hemos visitado cerca de 6 radios y conversado el trabajo que realizamos.



*Foto: Entrevista en Radio Canela.*



*Foto: Entrevista en Radio Morena.*



*Foto: Entrevista en Radio Onda Positiva.*



*Foto: Entrevista en Radio Goldwing.*



*Foto: Entrevista en Radio Águila.*

1. Gestionar la actividad de imagen corporativa institucional, coordinar y ejecutar las actividades de relaciones públicas y acción protocolar internas y externas del CBMCD; y las demás que sean asignadas por el Jefe de Bomberos, en el ámbito de su competencia de conformidad a las leyes, reglamentos y demás normas vigentes.
2. Producción audiovisual de las cápsulas y videos informativos de prevención.



[https://youtu.be/a\\_2\\_s1fWEQ0](https://youtu.be/a_2_s1fWEQ0)



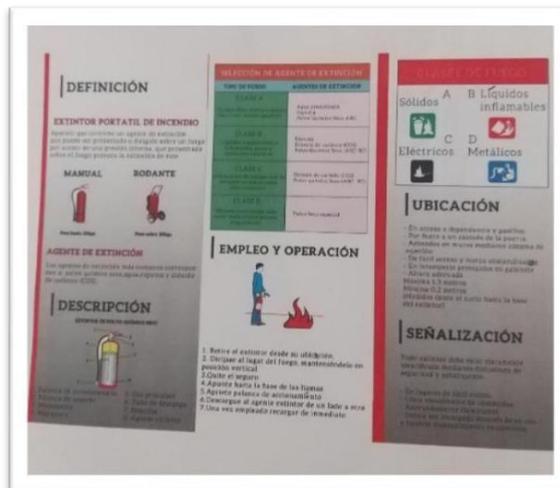
[https://youtu.be/a\\_2\\_s1fWEQ0](https://youtu.be/a_2_s1fWEQ0)

Foto: Link del video delCBMCD



Foto: Video de prevención de incendios forestales.

3. Diseño gráfico de volantes, trípticos, banners, carpetas, credenciales, tarjetas de presentación etc.





4. Coberturas de 16 capacitaciones a Escuelas, Eduardo Kingman, Emaús, González Suárez, Los Ándes, Universidades Estatal de Guayaquil y Católica Santiago de Guayaquil y Empresas Corporativas las cuales se llevan a cabo en el cuartel #6.



Foto: Visita de estudiantes de la Escuela Eduardo Kingman.



Foto: Escuela Emaus.



Foto: Capacitación en la Universidad Católica.

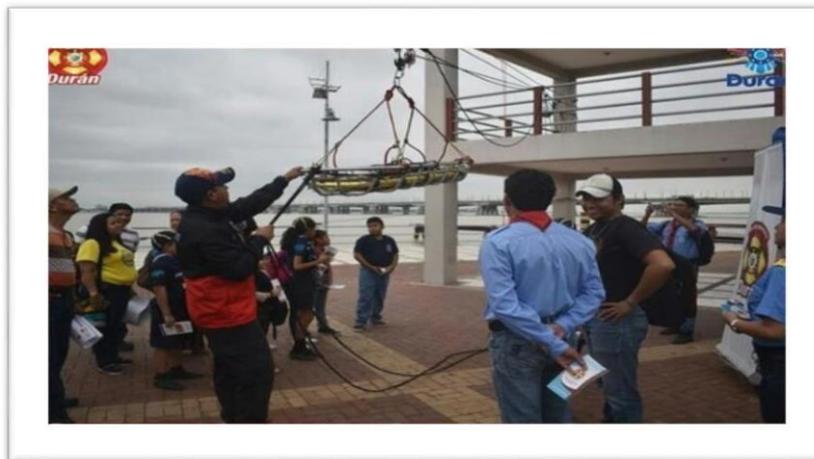


Foto: Participación con un Stand en la Feria de Gestión de Riesgos.



Foto: Visita a la planta Ecuador de Cargill.



Foto: Capacitación en la Universidad Guayaquil.

### PROYECCIÓN A MEDIANO PLAZO

La profesión de ser bombero es maravillosa, nos ha brindado una extraordinaria oportunidad de servir a la ciudadanía duraneña.

Tenemos que señalar que esta transformación la hacemos todos y va ocurrir en una magnitud de la que quizá todavía no somos conscientes pero sin duda va a proyectar a Durán hacia la modernidad y el mejoramiento de la calidad de vida.

Durán será un antes y un después con los cambios que se vienen realizando desde el 15 de Mayo del presente año, permitirán que se note un antes y después, en la nueva administración del Econ. Dalton Narváez, alcalde del Cantón Durán y el Tnte. Crnl. Ab. Carlos Montúfar Álvarez, jefe de bomberos del Cantón Durán.

Se vienen realizando las diferentes actividades:

- Actualización constante de información en redes sociales.
- Continuar con la elaboración de agenda de actividades de la máxima autoridad.
- Cubrir todos los eventos de la Institución.
- Elaboración de contenido informativo.
- Realización de campañas digitales para redes sociales: Cápsulas de prevención, fechas conmemorativas etc.
- Elaboración de boletines de prensa.
- Visita a territorio por la máxima autoridad.
  
- Tenemos previsto realizar desde el 22 de agosto hasta el 26 de diciembre del presente año, capacitaciones a 27 instituciones educativas del Cantón Durán, sobre el tema de "Prevención contra Incendios y Sismos. Calculando que serán

1500 estudiantes beneficiados, Esto se ha trabajado en conjunto con el Distrito #24, zona 8.

- En el mes de octubre se realizarán varias actividades por motivo de las festividades del Cantón y el día del bombero ecuatoriano.
- Participación del desfile cívico por los 117 años del Cantonización del Cantón Durán.
- Desfile Motorizado Nocturno
- Condecoraciones y entrega de placas al personal con más antigüedad en la institución.