

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Trabajo Alba y Faride.docx (D43082919)  
**Submitted:** 10/26/2018 2:17:00 AM  
**Submitted By:** gmaciasa@unemi.edu.ec  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

INTRODUCCIÓN La información como recurso impalpable, se encuentra presente en todas las organizaciones, es por ello que es imprescindible para poner en actividad el resto de los recursos dentro de la empresa. Es decir, la base que mueve la organización y el eje principal para generar altos índices de competitividad empresarial. CITATION Gal15 \l 3082 (Gallego, 2015)

La comunicación bien constituida es algo fundamental dentro de una organización, debido a que es favorable para llevar por un buen objetivo al equipo de trabajo. Es necesario crear un plan estratégico para el mejoramiento de la comunicación tanto interna como externa y así tener un personal de trabajo y usuarios bien informado. CITATION San \l 3082 (Sandoval & Leon, 2012)

Esta investigación se basa en diferentes variedades de indagación que permite involucrar en la toma de información, para así lograr analizar los procesos que se realizan dentro de la empresa CNEL EP Milagro, y así poder explicar a nuestro público externo, puesto que es considerada una empresa de servicio público. Es por eso que se plantearon varios objetivos que ayudan a comprometer a los trabajadores y a usuarios en los ámbitos políticos, leyes y administrativos es decir involucrar más a los clientes con la empresa, esto ayuda a tener una adecuada organización.

Es por ello que se ha implementado varias estrategias utilizando la información como recurso en nuestra organización, con el principal objetivo de implementar un plan de difusión como lo es las brigadas móviles, para que los usuarios de la ciudad de Milagro tengan un mayor conocimiento de lo que realiza diariamente la empresa, y así evitar falencias en el diario vivir.

Esto es un proyecto investigativo el cual es de suma importancia, puesto que se puede llegar a obtener resultados favorables. La empresa CNEL EP Milagro, aparte de la capacitación y la difusión de información, aporta con nuevos recursos incorporando un nuevo servicio para que la empresa se comprometa a cumplir con la responsabilidad social, es decir que la compañía lleve el servicio a la comunidad. CITATION Jim14 \l 3082 (Jimenez & Calderon, 2014)

CAPÍTULO 1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 1.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA La desinformación en los usuarios de la CNEL EP MILAGRO, incide en la vida cotidiana de los habitantes del cantón. 1.1.- DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA La empresa CNEL EP Milagro es proveedora de energía eléctrica en distintas zonas del País, es por esto que se ha detectado la falta de información al momento de impartir su servicio, situación que pone es riesgo objetos materiales y muchas veces la vida de los usuarios. El principal motivo que conlleva a realizar esta investigación es enfocarnos netamente en la información que se brindara a los clientes y porque medio se difundirá debido que durante muchos años la empresa ha venido difundiendo la información en los medios tradicionales no han sido completamente suficiente para abarcar a toda la población, durante los últimos años la tecnología ha ido evolucionando, es por ello que la empresa se inclinó por las redes sociales, sin pensar que existen personas que no tienen conocimiento en lo que es el manejo de las nuevas tecnologías. 1.1.2

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA. Nuestra investigación se realiza en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas, Ecuador. Área: Comunicación Sector:

Empresa CNEL EP Milagro

Lugar: Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Milagro Aspecto: Difusión de contenidos en medios tradicionales y redes sociales del Catón Milagro Tema:

La Información como Recurso Estratégico en las Organizaciones, caso CNEL EP Milagro  
Analizar las diferentes metodologías que se han venido analizando dentro de la empresa, para poder implementar una nueva estrategia que ayude a difundir de una manera general la información que día a día se genera dentro de la empresa. La investigación se realizará en el cantón Milagro especialmente con la empresa CNEL EP, con el objetivo de verificar si la información fluye como recurso dentro y fuera de la institución. Como ya sabemos en la empresa CNEL EP Milagro, utiliza boletines de prensa publicados en los medios impresos, redes sociales y radio, los mismos que no son tan efectivos al momento de informar puesto que contamos con usuarios de diferentes segmentos poblacionales (edad, clase económica).

1.2.- SISTEMATIZACIÓN DE PROBLEMA ¿Cómo se informan los usuarios de la empresa CNEL EP Milagro? ¿Cómo se informan los empleados y trabajadores de la empresa CNEL EP Milagro? ¿Por qué es necesario difundir los contenidos en los medios tradicionales? ¿Por qué es necesario difundir los contenidos en las plataformas tecnológicas o redes sociales?

1.3.- OBJETIVO OBJETIVO GENERAL: Analizar la existencia de comunicaciones móviles en los medios de comunicación tradicionales del Cantón Milagro. OBJETIVOS ESPECÍFICOS: • Identificar los medios y canales de comunicación, que utiliza CNEL-EP Milagro para mantener contacto con los usuarios del cantón Milagro. • Determinar los flujos comunicacionales que permite mantener la doble vía e interacción con los clientes y stakeholders, • Analizar los contenidos difundidos en casos de emergencia por las suspensiones del servicio de energía eléctrica en milagro y las zonas aledañas • Evaluar los modelos comunicacionales y contenidos difundidos en los medios de comunicación

1.4.- JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA La comunicación dentro de una organización es esencial para poder llevar el manejo de una empresa, es por eso que nos hemos enfocado en esta investigación para poder implementar nuevos métodos de comunicación, y así poder trasladar la información de la empresa a los usuarios de la ciudad de Milagro de una manera segura.

Paradójicamente, las herramientas tecnológicas se han vuelto algo fundamental para que la sociedad esté informada de una forma rápida, por este motivo los medios tradicionales como el periódico y las estaciones radiofónicas han sido desplazadas por las nuevas tecnologías, sin embargo, existe un grupo de persona que no utilizan herramientas tecnológicas, como son los adultos mayores.

Los usuarios necesitan estar informado de los servicios que brinda la empresa CNEL EP Milagro, para evitar riesgos que podría estar causando daños materiales o también cobrando la vida de los clientes, por no estar totalmente informado. La empresa debe de cumplir con la responsabilidad social es decir comprometerse netamente con los usuarios y siempre buscar el beneficio y la mejora para los mismos.

## CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL 2.1 MARCO TEORICO 2.1.1 Antecedentes

Históricos En los años (1706 y 1790), Benjamín Franklin se dedicó a realizar diferentes pruebas con la famosa botella de Leyden, los experimentos que el realizo aclararon sus dudas sobre el inexplicable fenómeno. "Consideró a la electricidad como un fluido presente en el interior de todo cuerpo en una proporción terminada". Benjamín se hizo varias preguntas: ¿Cómo era el fluido?, ¿existía alguna relación entre él y la materia?, ¿tenía naturaleza corpuscular u ondulatoria?, las preguntas daban vuelta en su cabeza pero en lo que él estaba firme y completamente convencido, era que la materia que contenía en su interior era esa fuerza que el hombre nunca se habría imaginado.

El mismo que apporto con investigaciones a las ciencias sobre todo en lo que es la electricidad, fue primero en demostrar que los rayos tienen energía con su experimento en el que hizo volar una cometa con una tormenta. CITATION Tom15 \l 3082 (Tomè, 2015) En el año 600 A.C se experimentó que el ámbar al ser rozado adquiere un poder de atracción sobre algunos objetos esto los descubrió Tales de Mileto.

Thomas Alba Edison contribuyo con el descubrimiento de la luz eléctrica en 1879, aunque anteriormente se habían realizado descubrimientos. En el siglo XVI, Otto Von, creó la primera lámpara electroestática.

Anteriores investigadores se han encaminado de varias formas en esta investigación, la información y la comunicación la examinaban como distintos puntos, es decir no tenían conocimiento de esta relación, es por eso que hemos decido realizar esta investigación para saber qué tan importante es la información como recurso de comunicación en las empresas. CITATION San12 \l 3082 (Sandoval & León, 2012)

En Europa a mediados del siglo XXI, la comunidad está preexistiendo situaciones cambiantes tanto económicas, políticas y sociales, por esa razón la información ha tenido un gran crecimiento y se ha convertido en un método trascendental para muchos usuarios.

Debido a las nuevas tecnologías, de información y comunicación que ha ido evolucionando, es por esta razón es que la información se ha convertido en el proceso actual de los usuarios.

La información a través del incremento de cambios continuos se ha transformado en algo esencial para la vida humana, por lo que es necesario convertir la información en algo pertinente, gestionada, precisa, relevante y dirigida hacia los que conforman una organización. CITATION Adm14 \l 3082 (Admin, 2014)

El desarrollo de la energía en España, no ha pasado por alto, años atrás el desarrollo de la energía ha pasado por situaciones complicadas las cuales las personas han sido perjudicadas siendo estas un alto riesgo para el crecimiento de este país, por ese motivo las autoridades principales han tomado la decisión de buscar fuentes de energía en otros países. En esta imagen se puede apreciar el grado de autoabastecimiento energético en España. CITATION Ven16 \l 3082 (Ventageneradores, 2016)

Figura 11

Grado de autoabastecimiento energético La comunicación entre los individuos o la sociedad que incorporan la empresa, es una de las estrategias principales, es decir desciframos lo que sucede en nuestra sociedad, cada uno tiene diferentes interpretaciones y si practicamos la comunicación podemos realizar un cambio social dentro y fuera de la organización. En otras palabras, gracias a la información o comunicación podemos verificar que es lo que hace falta o estar al tanto de cómo se encuentra nuestra sociedad. CITATION Man \l 12298 (Serrano, 2011)

La información dentro de las organizaciones puede ser manejada como un punto estratégico para generar éxitos económicos, financieros o personales. La información del personal como de la empresa, los medios materiales; como mercantiles también es considerada como recurso de estrategia a la información para poder solucionar diferentes tipos de problemas generados dentro y fuera de la empresa, así también como la toma de decisiones que es uno de los principales ejes en una institución.

Laswell fue el primero en plantear

la teoría de la aguja hipodérmica en su libro llamado "técnicas de propagandas de la guerra mundial"

en el año 1927. Es la razón por el cual se da la responsabilidad a este personaje por ser el primero en utilizarla. En su libro Laswell afirma los elementos de persuasión, es decir la aguja hipodérmica te llega directamente y te hace razonar de manera rápida, tiene la capacidad de manipular la conducta de los individuos que receptan su información, sin necesidad de recurrir a distintos métodos como la violencia, esta aguja es usada para manejar la mente de los individuos. CITATION Olv13 \l 3082 (Olvera, 2013)

Figura 22 La

aguja hipodérmica

Según la real academia la palabra HIPODERMICA proviene de la palabra griegas, que significa debajo de la piel, con el prefijo: hipo (bajo) y derma (piel). Especifica que se se trata de un estudio más profundo en lo que concierne comunicación.

En Ecuador hace poco las personas que conformaban las empresas creían que para alcanzar el éxito bastaba con la gestión de recursos financieros y económicos. La misma que se ve con la necesidad de crear sistemas estratégicos para controlar el capital humano y con lo cual procuraban alcanzar los objetivos corporativos.

Para los diferentes departamentos de Talento Humano, lo más importante que tiene la empresa son sus empleados ya sea por sus conocimientos y habilidades, mediante su desenvolvimiento se verá reflejado el resultado que obtendrá dicha organización.

En una encuesta realizada por Deloitte a los latinoamericanos, mediante diálogos con los líderes de consultoría en los diferentes países, especialmente en vinculados a empresas nacionales en donde un 64% considera que actualmente el rol del área es netamente de

soporte administrativo, mientras que el 27% se encarga del control de cumplimiento de políticas. CITATION Red18 \l 12298 (Ekos, 2018)

En administraciones pasadas el Estado Ecuatoriano es considerado una potencia dentro del sector eléctrico, aunque ha sufrido varios cambios en últimos tiempos, cuya administración ha sido mal organizada y poco responsable con la sociedad. Es por este motivo es que durante los últimos años se ha hecho lo posible para mejorar e incrementar metodologías para que así haya una mejor coordinación con los usuarios.

La energía eléctrica es la que cada día garantiza el buen vivir de sus habitantes, junto al trabajo conjunto que tiene tanto el estado, los trabajadores y la comunidad, puesto que todos los seres humanos poseen el deber y el derecho de contar con los servicios básicos que son de mucha vitalidad.

Por eso la empresa se ve en la necesidad de cada día implementar medidas necesarias para cumplir con el objetivo deseado, como, por ejemplo: cuando la empresa cumple con todos los servicios eléctricos para la comunidad, está siendo con calidad y con precios al alcance de la comunidad, sin antes mencionar que en la actualidad las personas adultas mayores, de bajos recursos económicos y discapacitados cuentan con un beneficio llamado subsidios, donde reciben un descuento en su tarifa mensual.

#### Difusión de la información en la antigüedad

La piedra, la arcilla y la madera, fueron los primeros medios de información, la piedra por su gran dureza fue utilizada para enfatizar el control del tiempo. Por otro lado, la tableta de arcilla fue de suma vitalidad puesto que esta se utilizaba para el empleo de administración comercial y política.

La comunicación en la antigüedad no tuvo sus falencias, al contrario, los trabajadores lograron que la información llegara a nivel internacional, gracias a la forma de comunicación que existía en ese tiempo los productos eran bien recibidos y sumamente remunerados.

En la edad media se generó una prerrogativa de la comunicación oral y escrita, esto trajo lentitud y muchas consecuencias, para poder difundir la información, todo esto podía llegar a su fin si la imprenta fuera creada.

En la antigua Grecia la comunicación oral tuvo mucha importancia debido que las personas que les gustaba inmiscuirse en el ámbito político tenían que estar preparados y tener conocimiento para dominar lo que es el arte de la oratoria. CITATION Lin00 \l 3082 (Linares, Petterson, & Viciado, 2000)

Empresa Eléctrica en Milagro En Milagro durante 1969 y en que se había desarrollado en los ámbitos poblacional e industrial, el servicio eléctrico se volvió deficiente en cuanto a la 10 calidad, confiabilidad y continuidad, por lo que el Concejo Cantonal se preocupó en mejorar este servicio conformando una Junta Promotora. El 15 de diciembre del 2008, a la Empresa Eléctrica se le dio el nombre de Corporación Nacional de Electricidad CNEL S.A, y estuvo conformada por diferentes empresas eléctricas de distribución: bolívar S.A, Regional el Oro

S.A, Regional Esmeraldas S.A, Regional Guayas-Los Ríos S.A, Manabí S.A., Milagro C.A., Los Ríos S.A., Santo Domingo S.A, Península de Santa Elena S.A y, Regional Sucumbíos S.A.

Bajo decreto ejecutivo No. 1459 expuesto el 13 de marzo del 2013 se constituyó

la empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP,

con el objetivo de proporcionar los servicios Públicos de distribución y comercialización de energía eléctrica.

Productos de una fusión se crea el nombre de la empresa unidad de negocio Guayaquil, esto se produjo el 17 de septiembre de 2014.

El 5 de marzo del 2015 se sumó 12 las unidades de negocio que conforman la corporación. Durante los últimos años, se ha venido desarrollando una fuerte inversión para proyectos de mejora de 10 provincias, también se han realizado capacitaciones a los técnicos de dicha empresa para el perfeccionamiento de la calidad del servicio, para que así no ocurra pérdida de energía eléctrica.

Corría el año 1969 y en Milagro, que se había desarrollado en los ámbitos poblacional e industrial, el servicio eléctrico se volvió deficiente en cuanto a la calidad, confiabilidad y continuidad, por lo que el Concejo Cantonal se preocupó en mejorar este servicio conformando una Junta Promotora.

La finalidad de los medios de comunicación es de informar a las personas en sus ideologías al momento de emitir los diferentes temas, es por eso que los medios de comunicación tienen la plena responsabilidad al momento de difundir una información ese es el motivo de realizar un nuevo método e difusión de temas específicos para así manifestar a los usuarios con información de los servicios brindados y de esa manera llegar a los beneficiarios para que capten y consuman el mensaje y los comprendan de acuerdo a sus percepciones. CITATION Rod01 \l 3082 (Rodriguez, 2001) 2.1.2 Antecedentes referenciales Los medios de comunicación por los cuales la empresa CNEL EP Milagro emite su información son varios, como medios impresos, radio de la ciudad, cuenta con su propia página web, utilizan redes sociales y medios televisivos. Ese es el proceso existente actualmente para difundir sus servicios.

Los medio de comunicación en la actualidad poseen un poder social, no se trata por el contenido sino más bien por el efecto que causan en las personas, el entretenimiento, la atención que despierta "el medio actúa como un espejo que refleja la realidad social y al mismo tiempo, es el lugar en el que se crea que esta. CITATION Cas11 \l 3082 (Castillo, 2011)

Los medios de comunicación local son los más usados por la empresa de CNEL EP, los mismos que son radio, periódico y televisión. La prensa es el más antiguo, puesto que apareció por primera vez en Francia de 1630, los diarios, la televisión es uno de lo más actuales, por ser motivó en esta investigación se trata de diseñar otro medio de comunicado efectivo. CITATION Fer01 \l 3082 (Fernandez & Garcia, 2001)

Como principal objetivo de esta investigación, se ha percibido la necesidad de aumentar los medios de difusión actual de la empresa CNEL EP en la cual se están trabajando, y así implementar un nuevo sistema de información para que todos habitantes de este cantón estén informados de sus servicios.

### CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

La base de esta investigación es orientar o guiar a la ciudadanía sobre los proyectos ejecutados o que están por ejecutarse como son las agencias móviles creado por CNEL EP Milagro La investigación descriptiva y cuali-cuantitativa, servirá de gran ayuda para poder obtener resultados favorables, y así verificar la investigación creada por CNEL EP Milagro, pero sin antes mencionar que la opinión de los usuarios es de vital importancia para que así no se presente ningún inconveniente. CITATION Her14 \l 3082 (Hernandez, 2014)

3.1.- TIPOS DE INVESTIGACIÓN 3.1.1.- INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA A través de este proyecto de investigación vamos a utilizar la investigación descriptiva porque nos basamos en varios teóricos para poder así describir y llegar a las características de las cuales estamos estudiando. La investigación descriptiva se apoya de un trabajo ya realizado, es decir de un estudio antes ejecutado, puesto que nos ayudan a relacionar y llevar a cabo nuestra investigación con datos ya conocido y nos permite dar explicaciones. El propósito de esta investigación es dar a conocer como la empresa CNEL EP mediante las metodologías antes ya mencionadas, como llegan a su público meta, es decir de qué manera o medio de comunicación dan a conocer sus servicios, y que tan factible son. Lo principal que se va realizar en esta investigación es observar o analizar si los usuarios de la empresa CNEL EP están completamente informados de los servicios que brinda la misma y mediante esta descripción se implementará un nuevo medio de difusión para estar más al contacto de los usuarios y así prevenir inconvenientes o riesgos provocado por la desinformación.

Este tipo de investigación nos ayuda a estudiar los diferentes fenómenos o sujetos de manera cualitativa, antes de meternos de lleno en lo cualitativo, nos enfocamos en esta investigación porque vamos a analizar como las organizaciones utilizan la información como recurso estratégico, es decir es un análisis subjetivo, también por que la mayorías de investigadores que utilizan este tipo de metodología son los sociólogos, psicólogos puesto que es una de las tipologías más cercanas a nuestra área de estudio. CITATION Deo06 \l 3082 (Deobold, Van, William, & Meyer, 2006)

3.1.2.- ENFOQUE CUALI-CUANTITATIVA Este enfoque cuali-cuantitativa es un enfoque mixto es decir es la combinación de la investigación cualitativa y la investigación cuantitativa, se ha utilizado este tipo de investigación por qué se va a manejar la fortaleza de ambas investigaciones tratando de minimizar sus fortalezas y potencia de esta investigación. Lo que se realizó en esta investigación es la recolección de datos de manera cualitativa y cuantitativa, para poder detectar las características que ayudaras a esclarecer los resultados. Mediante la investigación cualitativa se resaltarán las cualidades de la empresa CNEL EP para estar al tanto de como la organización viene generando información, esto ayudara a verificar y analizar porque medio de información los habitantes del cantón Milagro se encuentran informados, para así concretar si los usuarios son o no conocedores de los servicios que ofrece la empresa.

Para cumplir con la investigación cuantitativa se realizara un encuesta para verificar cual es el medio en el que los usuarios consumen más la información, con un porcentaje que ayudara a inclinar a la investigan hacia una correcta herramienta de difusión, también se medirá mediante la respuestas de nuestros usuarios una nueva plataforma de difusión la cual se tomaran datos de los beneficiarios de diferentes edades para poder llegar de manera general a todos los consumidores. CITATION Mon11 \l 3082 (Monje, 2011)

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS PREGUNTA 1: ¿Cómo califica usted el servicio que brinda la corporación CNEL EP Milagro? Tabla 11 Calificación del Servicio Eléctrico Alternativas Frecuencia Porcentajes Muy Bueno 64 17% Bueno 80 21% Regular 97 25% Malo 140 37% Total 381 100%

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Usuarios CNE

Figura 3 Pregunta 1

0 0 0 0.75 0.25

Elaborado por Alba Arias y Faridé Cabrera Fuente: Usuarios CNEL

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN De las 381 personas encuestadas, entre los habitantes del cantón Milagro, el 37% indica que existe la eficiencia en el servicio de CNEL EP Milagro, el 25% respondieron que es regular, mientras que el 21% califican como bueno y el 17% dijeron que es muy bueno el servicio. Esto indica que el servicio que brinda CNEL EP no es el adecuado. PREGUNTA 2 ¿Cree usted que existe falta de comunicación por parte de la Corporación Pública CNEL EP Milagro? Tabla 22 Falencia de Comunicación Alternativas Frecuencia Porcentaje Si 287 75% No 94 25% Total 381 100%

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Usuarios CNEL

SI NO 0.75 0.25

Figura 4 Pregunta 2

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Usuarios CNEL

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN Entre los Habitantes del cantón Milagro, el 75% manifiestan que, si existe falta de comunicación por partes de la empresa CNEL EP Milagro hacia los usuarios, mientras que el 25% respondieron que no. Los habitantes del cantón Milagro, están seguros que no existe la suficiente comunicación de parte de los trabajadores de la empresa CNEL EP Milagro, y desean que exista algún otro medio de comunicación donde puedan difundir la información y así los usuarios puedan estar al tanto de lo que sucede en dicha empresa.

PREGUNTA 3: ¿

A través de qué medio de comunicación usted se informa de los servicios que brinda CNEL EP Milagro?

Tabla 33 Medios de Comunicación Masiva Alternativas Frecuencia Porcentaje Milagro City 25 7% Click Tv (Pagina Web) 118 31% Prensa La Verdad 85 22% La Voz De Milagro 147 39% Otros 6 2% Total 381 100%

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Usuarios CNEL

7%

0 0 0 0.75 0.25

Figura 5 Pregunta 3

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Usuarios CNEL ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN

Según la encuesta se puede apreciar que el 39% de los clientes se enteran de los servicios a través de la Radio Voz de Milagro, mientras que el 31% se informan por medio de la página web de Click TV, un 22% se enteran por medio de Prensa la verdad, el 7% se evidencia que utiliza la televisión en especial Milagro City para estar informado y el 2% respondieron que utilizan otros medios para estar informados. Observamos que la mayoría de los usuarios utilizan la Radio en especial la Voz de Milagro como medio de comunicación para estar al tanto de los servicios que brinda CNEL EP Milagro, sin antes mencionar que es necesario crear Agencias Móviles para que los usuarios estén pendientes de los servicios que presta dicha empresa. PREGUNTA 4 ¿Ha visitado alguna vez la página WEB de la empresa CNEL EP Milagro?

Tabla 44 Página Web de CNEL Milagro Alternativas

Frecuencia Porcentaje Si 65 17% No 316 83% Total 381 100%

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Usuarios CNEL

SI NO 0.17 0.83

Figura 6 Pregunta 4

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Usuarios CNEL

ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN Un 83% de las personas encuestadas, dijeron que no utilizan la página web de CNEL EP Milagro, mientras que un 17% dijeron que sí.

Podemos determinar que las personas no utilizan la página web de la empresa para estar informados, significando que la Agencia Móvil tendrá una gran acogida puesto a que los trabajadores estarán brindando la información en cada sector del Cantón. PREGUNTA 5: ¿Cree usted que, con la creación de Agencias Móviles, la Empresa CNEL EP Milagro mejorará Los flujos comunicacionales con los usuarios?

Tabla 55 Mejoramiento de la Imagen CNEL EP Milagro Alternativas

Frecuencias Porcentajes Si 306 80% No 75 20% Total 381 100%

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente:

Usuarios CNEL

Figura 7 Pregunta 5

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Nosotros Mismo

**ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN** Un 80% de los usuarios encuestados, están totalmente de acuerdo que con la Agencia Móvil la Corporación CNEL EP Milagro mejorará la imagen, mientras un 20% no están de acuerdo.

**CONCLUSIÓN** En su gran mayoría los usuarios están convencidos que la Corporación CNEL EP Milagro, mejorara la imagen si se creara la Agencia Móvil. **PREGUNTA 6:** Le gustaría obtener más información sobre:

Tabla 66 Alternativas

de Información

Alternativas

Frecuencia Porcentaje Sobre Horario De Cortes De Energía 167 44% Plan Renova (Refrigeradoras) 77 20% Proyecto Cocinas De Inducción 94 25%

Como Acceder A Un Medidor 38 10% Otros 5 1% Total 381 100%

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Usuarios CNEL

0 0 0 0.75 0.25

Figura 8 Pregunta 6

Elaborado por Alba Arias y Faride Cabrera Fuente: Usuarios CNEL

**ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN** Un 44% desea que se informe sobre los horarios de corte de energía, mientras que un 25% desea saber más sobre el proyecto de cocinas de inducción, un 20% sugiere información sobre el plan renova de las refrigeradoras, un 10% desea saber cómo puede acceder a un medidor de y un 1% requiere saber de otros servicios que brinda la Corporación CNEL EP Milagro. La población necesita tener más conocimiento de los horarios de corte de energía, puesto que a veces no tienen conocimiento de la misma. **CAPÍTULO 4 DESARROLLO DEL TEMA**

La información es un contexto determinado de datos que tienen su significado, que sirve para contar algún suceso, es decir su mensaje representa algo para alguien, con el fin de reducir la indecisión y aumentar el conocimiento.

Por ende la comunicación es la interacción de información entre un emisor y un receptor, para que el mensaje pueda ser decodificado y así las personas puedan interpretar un determinado

mensaje, es importante la comunicación porque todos los seres humanos de una u otra manera comparten ideas, mensajes e información entre sí. CITATION Tho17 \l 3082 (Thompson, 2017)

La comunicación es la conexión que se establece entre el receptor y la persona que emite el mensaje al momento de intercambiar o compartir alguna información para que la comunicación tenga éxito solo radica que los seres humanos intercambien información entre sí.

Shannon y Weaver, en su trabajo publicado en el año 1948, expuso el conocido modelo de telecomunicación, el cual tiene como objetivo estudiar una fuente emisora que tiene como estudio los signos de un alfabeto en ellos organizaban mensajes los mismos eran transmitidos mediante señales y estímulos físicos y como canal utilizaban canales electrónicos o mecánicos los mismos que eran recibidos por un mecanismo receptor que también lo decodifica. CITATION Woo13 \l 3082 (Woolf, 2013)

En otras palabras el modelo de Shannon y Weaver, cuenta con un transmisor para que el mensaje pase por una señal mediante los medios de comunicación, es decir el receptor recibe la señal para que así pueda ser receptado el mensaje.

La comunicación colectiva es gracias al modelo de Schramm, el cual tiene como objetivo enviar a través de los medios de comunicación múltiples mensajes los cuales es recibido por un público constituido, esto permite que se pueda enviar la misma información en diferentes medios y así pueda ser receptado por varios grupos sociales. CITATION Tum10 \l 3082 (Digital, 2010)

Katz y Lazarfield, estos autores nos dan a conocer la importancia de los medios de comunicación. Los seres humanos son capaces de decidir cuanta importancia y relevancia se le da a la información que se recepta. CITATION Mag16 \l 3082 (Magaña, 2016)

Con esta investigación se dará a conocer como los medios de comunicación pueden influir en los seres humanos, y como las personas perciben cada información, algunos dicen que los seres humanos habían perdido contactos con el mundo y gracias a los medios de comunicación existentes las personas pueden interactuar entre sí.

Por esta razón se ha inclinado por esta investigación, con el fin de que la empresa CNEL EP Milagro envíe su información a medios de comunicación y los mismo puedan ser receptados por los usuarios, gracias a este medio de comunicación los clientes podrán estar ,más atentos de las emisiones que se informan día a día.

Para el psicólogo Paul Watzlawick, la comunicación ejerce un papel fundamental en nuestras vidas, es decir que la comunicación no es algo voluntario si no que estamos obligados a comunicarnos de alguna u otra forma. Todo lo que realiza el ser humano tiene un valor comunicativo. CITATION Sán17 \l 3082 (Sánchez, 2017)

Esto es de suma importancia para la investigación que se está realizando, porque la interacción entre la empresa y los usuarios es algo esencial para la corporación porque siempre va a existir la comunicación de ambos.

Mediante los recursos de la información se presentan objetivos técnicos y metodológicos con el fin de manifestar paulatinamente el factor información, cuando dicha incidencia se inmerge en los negocios, no se dan soluciones, pero aparece una muestra donde las empresas generan éxitos. CITATION Cor95 \l 3082 (Cornella, 1995) En esta investigación los medios tradicionales son los que proporcionan información, como lo es Milagro City, Radio la Voz de Milagro, Prensa la Verdad y páginas web como Clic Tv. Los usuarios encuestados dejaron clara la idea para definir los objetivos de estudio.

En esta investigación se creó paradigmas con la finalidad de perfeccionar la comunicación para que, de una u otra manera, con alternativas y soluciones se mejore la imagen de la Corporación CNEL EP Milagro. Este trabajo constituye con un aporte fundamental de carácter científico comunicativo, que tiene la finalidad de mantener informada a toda la ciudadanía Milagreña y sus sectores aledaños de los servicios que brinda la corporación.

La empresa como tal tiene como objetivo brindar el servicio de distribución de energía eléctrica, por lo se motive

CNEL amplía sus valores corporativos al cliente que recibe el servicio, esa es la razón

por el que la empresa tiene que cumplir con varias actividades, teniendo como principal punto la seguridad del trabajo, de esa manera siendo leal a los clientes y sus trabajadores.

El proyecto de las Agencias Móviles ayudara a enfocarse principalmente en los usuarios de las zonas aledañas del cantón, para así poder cumplir con el objetivo de llegar con la información a todos los clientes, cumpliendo con los procesos comunicacionales como base fundamental del tema de investigación, se ha considerado importante, implementar este Nuevo proyecto para que así se pueda trabajar en conjunto con empresa y los usuarios.

Nuestro objetivo es mejorar la reputación de la empresa, posicionarse como una empresa con responsabilidad social, preocupada por el bienestar de los clientes y así poder llevar la información en las unidades móviles para bajar el índice de quejas, para que de la manera más rápida se pueda llegar a los territorios y así poder solucionar los problemas de los clientes

Gracias a esta investigación se mejorara el acceso al servicio y subsidios, pues al poner en práctica la propuesta, se podrá informar los requisitos al cliente. Con las agencias Móviles se podrá llegar a diferentes sectores, sonde todas la personas de diferentes clases sociales, se podrán mantener informados de todo los servicios que presta la Corporación CNEL EP Milagro. Además de la investigación realizada se desea dar a los clientes un número de celular, para que los clientes estén cerca o viceversa.

Según la Constitución vigente en su

Art. 18,- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

CITATION Ecu08 \l 3082 (

Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador., 2008)

## CAPÍTULO 5 CONCLUSIONES

Con la investigación realizada, se logró detectar el problema que se tiene dentro de la empresa CNEL EP Milagro, a través del método de difusión en la cual se encuentran trabajando, es por ese motivo que se ha llegado a la conclusión de esta manera.

Se puede decir que la mayoría de los usuarios encuestados no están de acuerdo con el sistema de difusión que se maneja CNEL EP Milagro. la información que se publica por los diferentes medios de comunicación no es suficiente para que los habitantes del cantón Milagro estén al tanto de lo que sucede, debido a esto se debería implementar Agencias Móviles, para que se brinde a los usuarios un mejor servicio y de este modo la Corporación pública tenga una mejor imagen. Esta estrategia que se está proponiendo es para informar a los usuarios de una forma veraz, yendo a cada uno de los sectores y así la información se maneje de forma más efectiva.

El sistema que se está utilizando en la empresa, no es el adecuado puesto que hay personas adultas mayores, las cuales no consumen las redes sociales, y es por ese motivo que ocurren los inconvenientes, por la falta de comunicación.

La percepción que tienen los usuarios de la corporación CNEL EP Milagro es algo insatisfactorio puesto a que, no cuentan con un medio de comunicación que predomine, para que de una u otra manera la información que se plantea dentro de la Corporación se a impartida a los usuarios de la ciudadanía Milagreña y sus alrededores.

En esta investigación se creó paradigmas con la finalidad de perfeccionar la comunicación para que, de una u otra manera, con alternativas y soluciones se mejore la imagen de la Corporación CNEL EP Milagro. Este trabajo constituye con un aporte fundamental con la finalidad de mantener informada a toda la ciudadanía Milagreña y sus sectores aledaños de los servicios que brinda la corporación.

SI NO 0.17 0.83

7%

0 0 0 0.75 0.25

SI NO 0.75 0.25

0 0 0 0.75 0.25

0 0 0.75 0.25

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

---