



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

---

**“LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA INCIDE EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA FICOA DESDE MARZO A MAYO DEL 2010”**

---

**Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social**

**AUTORA:**  
**Mónica Paulina Acurio Mejía**

**TUTOR:**  
**Dr. Walter Viteri Torres**

**Ambato – Ecuador**  
**2010**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR.**

En calidad de Tutor del trabajo de Investigación sobre el tema: “ **LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA INCIDE EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA FICOA DESDE MARZO A MAYO DEL 2010**”, de MÓNICA PAULINA ACURIO MEJÍA, egresada de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de graduación reúne los requisitos y meritos suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de grado, que el H. Consejo Directivo designe para su correspondiente estudio y calificación.

**Ambato, 29 de junio del 2010**

**EL TUTOR**

.....  
**Dr. Walter Viteri Torres**

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Los miembros del Tribunal examinador aprueban el informe de investigación sobre el tema **“LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA INCIDE EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA FICOA DESDE MARZO A MAYO DEL 2010”** de la estudiante Mónica Paulina Acurio Mejía, para la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social.

**Ambato,.....**

**Para constancia firman.**

**f.....**

**PRESIDENTE**

**f.....**

**DELEGADO**

**f.....**

**DELEGADO**

## **AUTORÍA DE TESIS**

Los criterios emitidos y respetando las normas éticas y morales en el presente trabajo de grado: **“LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA INCIDE EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA FICOA DESDE MARZO A MAYO DEL 2010”**, en todos los contenidos y resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social; son originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad moral, legal y académica de la autora, quién firma al pie de la presente para constancia de los anteriormente mencionado.

Ambato, 29 de junio del 2010

### **LA AUTORA**

.....

**Mónica Paulina Acurio Mejía**

**C.I. 180248910-2**

## DEDICATORIA

### *Para:*

**DIOS**, MI AMADO; no eres una ilusión, eres real, eres mi vida, mi fuente de frescura cuando estoy sedienta, mi inspiración, me creaste para esto y estoy feliz de ser “**TU PRINCESA**”, “pertenezco sólo a ti, TU ERES MI DESTINO”, esto es fruto de todas las horas en tu presencia en las que sentados hemos hablado y sin ti no tendría sentido dar este paso, sé que lo mejor está por venir.

**Mario y Lupita** (papi y mami) son estrellas que han alumbrado mi existir, día a día recibo de ustedes vida.

Son ejemplo de trabajo, constancia, sabiduría, paciencia, fe, amor...

Mi fortaleza se basa en su profunda relación con Dios y sus oraciones que seguramente sostendrán miles de sueños más.

Estoy segura que no pude haber tenido mejores padres, por ustedes, por sus oraciones y cariño.

**Fer** eres de los ángeles más bellos que Dios ha hecho, tu corazón no tiene límites y me has apoyado aún a costa de tus propios sueños, también te dedico esto a ti ñañito mi precioso “*Tequito*”.

## AGRADECIMIENTO

*“Porque yo sé muy bien los planes que tengo para ti, -afirma el Señor- planes de bienestar y no de calamidad, a fin de darte un futuro y esperanza”*

*Jeremías 29:11*

Dios has llenado mi vida de bienestar, quiero darte la gloria porque en tus planes estuvo darme una nueva vida, que me escogiste, por ti vivo y sueño, y sin ti nada tengo, **GRACIAS MI AMADO JESÚS.**

Gracias por esos padres maravillosos que me has dado y con los que he podido contar sin límites todos los días, gracias porque su trabajo y esfuerzo han servido para construir juntos este sueño que también ha sido suyo; gracias porque me diste una familia que cree en mí, cinco hermanos ejemplares, por cada uno de mis sobrinos que son mi aliento para seguir adelante, gracias por responder a mis oraciones y darme amigos que me han ayudado sin esperar nada a cambio. Gracias por darme todo lo que tengo.

Gracias por poner en mi camino a maestros y mentores que en estos años me han brindado de su tiempo, sabiduría y confianza; sus enseñanzas hoy están plasmadas en mis sueños y en mi corazón.

Gracias por el apoyo de la Iglesia Alianza Ficoa para este proyecto, en especial gracias por la existencia de: Pastor Medardo Díaz quien abrió las puertas para ésta investigación, por su apoyo y preocupación constante; Pastor Cristian Ruiz sus varias horas de consejos, sus múltiples oraciones y por creer en mí.

Gracias por cada año en la Universidad Técnica de Ambato, gracias por hacerme la Comunicadora que soy.

Tus planes ciertamente han sido perfectos y de bendición pues he tenido pilares, hombros en los que me he podido apoyar, consejos oportunos, amigos verdaderos...

Mil veces gracias porque sin tu mano que me guíe y sostenga no hubiera podido terminar este proceso, sin ti no lo hubiera logrado. Gracia porque sé que cuidas de mi!

**GRACIAS PAPI TO DIOS**

## ÍNDICE GENERAL

<b>PRELIMINARES</b>	<b>PÁGINAS</b>
CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
AUTORÍA DE TESIS.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
 <b>CAPITULO I: EL PROBLEMA.</b>	
Tema.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Contextualización.....	3
Árbol de problemas.....	9
Análisis crítico.....	10
Prognosis.....	13
Formulación del problema.....	13
Interrogantes de la investigación.....	14
Delimitación del objeto de investigación.....	14
Justificación.....	14
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	16
 <b>CAPITULO II: MARCO TEORICO</b>	
Antecedentes investigativos.....	17
Fundamentación Filosófica.....	19
Fundamentación Legal.....	19

Categorías Fundamentales.....	22
Red de inclusiones conceptuales de la variable independiente.....	23
Red de inclusiones conceptuales de la variable dependiente.....	24
Comunicación Corporativa.....	25
Funciones de la Comunicación Corporativa.....	26
Gobierno Corporativo Institucional.....	27
Comunicación de crisis.....	29
Comunicación Organizacional.....	32
Flujos de Comunicación en la Organizaciones.....	33
Cultura Organizacional.....	34
Comunicación Interna.....	35
Medios para la Comunicación Interna.....	36
Medios Clásicos.....	36
Nuevos Medios.....	39
Comunicación Externa.....	42
El Lobbying.....	42
Relaciones con los Medios de Comunicación.....	44
Relaciones Informativas Referenciales.....	44
Relaciones Informativas Anónimas.....	44
Internet.....	44
Portavocía.....	45
Comunicación Comercial o de Marketing.....	45
Proceso de Planificación Publicitaria.....	46
Comunicación Estratégica.....	48
Marca.....	50
Imagen Corporativa.....	51
Identidad Corporativa.....	53
Identidad Verbal.....	54
Identidad Visual.....	54
Identidad Cultural.....	55
Reputación.....	56
Hipótesis.....	56
Señalamiento de Variables.....	56



### **CAPITULO III: METODOLOGÍA.**

Enfoque de la Investigación.....	57
Modalidad básica de la investigación.....	57
Nivel o tipo de la Investigación.....	58
Población y Muestra.....	58
Operacionalización de Variables.....	61
Plan de recolección de información.....	63
Plan para el procesamiento de Información.....	63
Análisis e interpretación de resultados.....	63
Validez y Confiabilidad.....	64

### **CAPITULO IV: ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

Análisis de resultados de la Encuesta a los Públicos Internos.....	66
Análisis de resultados de la Encuesta a los públicos externos.....	81
Interpretación de datos de la encuesta a los públicos internos.....	89
Interpretación de datos de la encuesta a los públicos externos.....	111
Interpretación de datos en las entrevistas.....	124
Verificación de la Hipótesis.....	127

### **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Conclusiones.....	129
Recomendaciones.....	130

### **CAPÍTULO VI: LA PROPUESTA**

Datos informativos.....	131
Antecedentes de la propuesta.....	131
Justificación.....	132
Objetivos.....	134
Análisis de factibilidad.....	135
Fundamentación.....	135
Metodología para el modelo operativo.....	144
Administración.....	146

Previsión de la evaluación.....	147
---------------------------------	-----

### **INDICE DE CUADROS**

Cuadro No.1 - Árbol de problemas.....	9
Cuadro No.2- Población y Muestra.....	58
Cuadro No.3- Operacionalización de Variables- Variable Independiente.....	61
Cuadro No.4- Operacionalización de Variables- Variable Dependiente.....	62
Cuadro No.5- Plan para la recolección de la Información.....	63
Cuadro No.6- Análisis de Resultado encuesta, pregunta N°1.....	66
Cuadro No.7- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°2.....	67
Cuadro No.8- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°3.....	68
Cuadro No.9- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°4.....	69
Cuadro No.10- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°5.....	70
Cuadro No.11- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°6.....	71
Cuadro No.12- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°7.....	72
Cuadro No.13- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°8.....	73
Cuadro No.14- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°9.....	74
Cuadro No.15- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°10.....	75
Cuadro No.16- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°11.....	76
Cuadro No.17- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°12.....	77
Cuadro No.18- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°13.....	78
Cuadro No.19- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°14.....	79
Cuadro No.20- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°15.....	80
Cuadro No.21- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°1.....	81
Cuadro No.22- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°2.....	82
Cuadro No.23- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°3.....	83
Cuadro No.24- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°4.....	84
Cuadro No.25- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°5.....	85
Cuadro No.26- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°6.....	86
Cuadro No.27- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°7.....	87
Cuadro No.28- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°8.....	88
Cuadro No.29- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°3.....	89
Cuadro No.30- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°4.....	90

Cuadro No.31- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°5.....	93
Cuadro No.32- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°6.....	95
Cuadro No.33- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°7.....	96
Cuadro No.34- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°8.....	98
Cuadro No.35- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°9.....	100
Cuadro No.36- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°10.....	101
Cuadro No.37- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°11.....	103
Cuadro No.38- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°12.....	104
Cuadro No.39- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°13.....	106
Cuadro No.40- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°14.....	108
Cuadro No.41- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°15.....	109
Cuadro No.42- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°3.....	111
Cuadro No.43- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°4.....	112
Cuadro No.44- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°5.....	114
Cuadro No.45- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°6.....	116
Cuadro No.46- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°7.....	117
Cuadro No.47- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°8.....	118
Cuadro No.48- Interpretación de Datos Entrevista 1.....	120
Cuadro No.49- Interpretación de Datos Entrevista 2.....	121
Cuadro No.50- Interpretación de Datos Entrevista 3.....	122
Cuadro No.51- Frecuencias Observadas.....	123
Cuadro No.52- Frecuencias Esperadas.....	123
Cuadro No.53- Cálculo de Verificación de Hipótesis.....	124
Cuadro No.54- Administración.....	142
Cuadro No.55 Previsión De Evaluación.....	143

## **INDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico No.1 - Categorías fundamentales.....	22
Gráfico No.2 - Red de inclusión conceptual Variable Independiente.....	23
Gráfico No.3 Red de inclusión conceptual Variable Dependiente.....	24
Gráfico No.4- Análisis de Resultado encuesta, pregunta N°1.....	66
Gráfico No.5- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°2.....	67
Gráfico No.6- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°3.....	68

Gráfico No.7- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°4.....	69
Gráfico No.8- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°5.....	70
Gráfico No.9- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°6.....	71
Gráfico No.10- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°7.....	72
Gráfico No.11- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°8.....	73
Gráfico No.12- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°9.....	74
Gráfico No.13- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°10.....	75
Gráfico No.14- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°11.....	76
Gráfico No.15- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°12.....	77
Gráfico No.16- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°13.....	78
Gráfico No.17- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°14.....	79
Gráfico No.18- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°15.....	80
Gráfico No.19- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°1.....	81
Gráfico No.20- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°2.....	82
Gráfico No.21- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°3.....	83
Gráfico No.22- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°4.....	84
Gráfico No.23- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°5.....	85
Gráfico No.24- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°6.....	86
Gráfico No.25- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°7.....	87
Gráfico No.26- Análisis de Resultados encuesta, pregunta N°8.....	88
Gráfico No.27- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°3.....	89
Gráfico No.28- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°4.....	91
Gráfico No.29- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°4.....	91
Gráfico No.30- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°5.....	93
Gráfico No.31- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°5.....	94
Gráfico No.32- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°6.....	95
Gráfico No.33- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°7.....	97
Gráfico No.34- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°8.....	99
Gráfico No.35- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°9.....	100
Gráfico No.36- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°10.....	102
Gráfico No.37- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°11.....	103
Gráfico No.38- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°12.....	105
Gráfico No.39- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°13.....	106

Gráfico No.40- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°13.....	107
Gráfico No.41- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°14.....	108
Gráfico No.42- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°15.....	110
Gráfico No.43- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°3.....	111
Gráfico No.44- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°4.....	113
Gráfico No.45- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°5.....	114
Gráfico No.46- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°5.....	115
Gráfico No.47- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°6.....	116
Gráfico No.48- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°7.....	117
Gráfico No.49- Interpretación de Datos Encuesta, pregunta N°8.....	119
Gráfico No.50- Zona de Aceptación.....	124

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**“LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA INCIDE EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA FICOA DESDE MARZO A MAYO DEL 2010”**

**AUTORA**

**Mónica Paulina Acurio Mejía**

**TUTOR**

**Dr. Walter Viteri Torres**

**RESUMEN**

Para toda labor maximizada existe un elemento que no puede faltar por su omnipresencia disciplinaria, la comunicación. Esta es la base de la interacción del ser y aún más dentro de una institución formada por personas y para personas en las cuales las relaciones la intervención constante y precisa es una imperiosa necesidad. Este trabajo de investigación fue elaborado bajo el paradigma Crítico-Propositivo, y se han determinado los problemas de la gestión de comunicación estratégica que inciden a la imagen corporativa de la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera Ficoa, por lo cual se ha tomado la información a través de encuestas a los públicos internos y externos de la institución y a través de la percepción de estos sobre la gestión realizada se procedió a determinar los factores de la labor de comunicación estratégica que fallan en la gestión. Así los principales factores que salieron a relucir fueron la desorganización en el área de comunicación interna y externa, la información informal y dañina, el desequilibrio y falta de apropiación e la identidad corporativa además de la falta de asesoría profesional en el campo que ha influido negativamente sobre la imagen corporativa de la iglesia. Por lo que se plantea la gestión de comunicación estratégica para la imagen de la institución, tomando la batuta de la organización de funciones y desempeño del área de comunicación y cuidado de todos sus canales para el cuidado de la imagen corporativa correcta interna y externamente.

