



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

TÍTULO DEL PROYECTO

**Implementación de la comunicación estratégica y audiovisual para el Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) en redes sociales y medios tradicionales para visibilizar el trabajo del cuidado y preservación de la cuenca del río Daule**

Equipo interdisciplinario:

Inés Valdivieso Camacho  
Gina Torres  
Gandy Dávalos  
Javier Castillo  
Luis Orellana  
Michael Petersen

*Guías del Proyecto*

Carolina Portaluppi Castro  
María Isabel Manrique Espinosa

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

Marzo 2022



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

**Sistematización de la experiencia de coordinación general de las relaciones públicas y comunicación del Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) en medios tradicionales y digitales**

Para optar al grado de:

Licenciatura en Comunicación Social

Elaborado por:

Inés Graciela Valdivieso Camacho

*Guías del Proyecto*

Carolina Portaluppi Castro

María Isabel Manrique Espinosa

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

Marzo, 2022



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, INÉS GRACIELA VALDIVIESO CAMACHO, autor del trabajo de titulación “Sistematización de la experiencia de coordinación general de las relaciones públicas y comunicación de Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) en medios tradicionales y digitales”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

*Inés Valdivieso C.*

---

**Inés Graciela Valdivieso Camacho**  
**0919281618**



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Inés Graciela Valdivieso Camacho en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “título”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

*Inés Valdivieso C.*

---

**Inés Graciela Valdivieso Camacho**  
**0919281618**

## **Resumen**

El siguiente documento tuvo como objetivo cumplir con la necesidad de que El Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) obtuviera una real orientación en el ámbito comunicacional en todos sus proyectos y pudiera así enfocar parte de sus recursos en la implementación de una estrategia de comunicación integral que le permitiera hacer conocer sus servicios y así, tal vez, lograr la captación de recursos de otras organizaciones.

Durante el proceso se realizó una investigación grupal y luego una sistematización de la experiencia sobre la coordinación general de las relaciones públicas y comunicación del Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) en medios tradicionales y digitales. Esta sistematización se realizó para aportar a la identidad de la organización en medios tradicionales y digitales y que así sus proyectos pudieran darse a conocer a nivel, local, nacional y ¿por qué no? también de manera internacional.

Sus resultados, conclusiones y recomendaciones fueron incluidos para que sean usados como documentos guías y así continuar con el apoyo que la UCG a través de los “Proyectos de Aplicación Profesional” (PAP), la misma que articula a estudiantes de distintas disciplinas para resolver de manera colaborativa un problema social a pedido de una organización de la sociedad civil o pública, nacional o internacional.

Por último, mencionar que el presente documento es el resultado del trabajo colaborativo de los estudiantes arriba mencionados: Castillo Manzo Javier; Gandy Davalos Amador; Orellana Labezzaris Luis; Petersen Ramírez Michael y Torres Torres Gina y contiene la sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional denominado “coordinación general de las relaciones públicas y comunicación del Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) en medios tradicionales y digitales”; por tal razón los contenidos aquí presentes están relacionados con los

otros documentos de los estudiantes mencionados que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad de que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio o copia intencionada.

### **Consideraciones éticas**

Este proyecto durante fase de diseño, investigación e implementación contó con las consideraciones éticas del grupo multidisciplinario tomando en cuenta la objetividad de la información recabada, la creación y el diseño de la estrategia de comunicación dentro de los parámetros éticos. Así mismo, la cautela de uso y difusión de información institucional constatando siempre la veracidad de esta.

Palabras claves: *comunicación, relaciones públicas, boletines, PR, gira*

## Índice

1.	Introducción .....	1
1.1	Diseño de la investigación .....	2
1.2	El problema .....	4
1.3	Marco Lógico .....	6
1.4	La implementación del proyecto .....	7
1.5	Evaluación del proyecto .....	11
2.	Sistematización de la experiencia de coordinación general de las relaciones públicas y comunicación de FONDAGUA en medios tradicionales y digitales.....	13
2.2	Marco teórico .....	13
2.3	Diseño de la sistematización .....	15
2.4	Reconstrucción de la experiencia .....	17
3.	Análisis de la experiencia.....	21
4.	Conclusiones y recomendaciones .....	22
5.	Bibliografía .....	25
6.	Anexos.....	27
6.1	ANEXO 1: Guía del grupo focal.....	27
6.2	ANEXO 2: Diseño de sistematización.....	28
6.3	ANEXO 3: Árbol de problemas .....	29

6.4 ANEXO 4: Marco Lógico .....	29
6.5 ANEXO 4: Marco Lógico .....	30
6.6 ANEXO 5: Boletín de prensa.....	31
6.7 ANEXO 6: Ayuda de memoria .....	32
6.8 ANEXO 7: Cuadro de Medios .....	33
6.9 ANEXO 7: Cuadro PR.....	33



## **1. Introducción**

En el marco de los procesos de titulación de sus estudiantes de grado y de la unidad de profesionalizantes, la Universidad Casa Grande (UCG) apuesta por una modalidad denominada “Proyectos de Aplicación Profesional” (PAP), la misma que articula a estudiantes de distintas disciplinas para resolver de manera colaborativa un problema social a pedido de una organización de la sociedad civil o pública, nacional o internacional.

En ese contexto, el Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) solicitó a la UCG trabajar de manera colaborativa un proyecto de aplicación profesional (PAP) que consistía en el diseño y creación de contenido edu-comunicacional para el centro de interpretación virtual de la cuenca del río Daule, alojado en el sitio web del Proyecto “La Fuente” denominado “Paseo Virtual”, que implementa FONDAGUA en alianza con el Centro Internacional de Investigaciones sobre el Fenómeno El Niño (CIIFEN), la Universidad Casa Grande y el Municipio de Guayaquil, con el financiamiento de la Unión Europea (UE).

El micro sitio “Paseo Virtual” fue realizado en 2021 por un Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) que también tenía contemplado generar contenido edu-comunicacional, así como una estrategia de comunicación, la misma que solo fue diseñada pero no llegó a implementarse.

El proyecto “La Fuente” busca proteger y promover un manejo sostenible de las fuentes de agua de la cuenca del río Daule, sus aguas y ecosistemas terrestres a través del fortalecimiento de las capacidades de la sociedad civil de la zona, la inclusión de mujeres y grupos vulnerables.

Por otra parte, FONDAGUA con recursos de The Nature Conservancy (TNC) y el apoyo técnico de la Universidad Casa Grande, identificó las falencias en términos de comunicación y

estableció un plan de comunicación considerando la realidad financiera del fondo. Entre las principales recomendaciones estuvieron montar un comité de comunicación con los socios, una estrategia de medios digitales, entre otras más. El informe concluyó (FONDAGUA, 2022) que es importante mejorar la difusión del trabajo que se realiza, no solo para captar más socios sino para que la población en general entienda la grave situación de la cuenca y actúe de acuerdo con esa realidad (FONDAGUA, 2021).

El pedido de FONDAGUA resaltó la necesidad de trabajar en la creación de contenido educacional y una estrategia de comunicación para visibilizar el trabajo que realiza, incluyendo contenidos para medios digitales, producción de contenido audiovisual, mejoramiento de la línea gráfica y la implementación de la comunicación y las relaciones públicas.

El pedido respondió a una problemática real y evidente y surgió de la necesidad de comunicar a la ciudadanía y otros actores nacionales e internacionales el trabajo que realiza FONDAGUA y la importancia de la restauración y conservación de la cuenca del río Daule.

A continuación, se presentan las acciones desarrolladas por el equipo del proyecto para atender el pedido realizado por FONDAGUA: el diseño y los resultados de la investigación; el análisis del problema que da origen al proyecto; el diseño del proyecto; su implementación y evaluación.

### **1.1 Diseño de la investigación**

Para responder al pedido se realizó una investigación, cuyo enfoque fue exploratorio y mixto pues se utilizaron herramientas de recopilación de datos cuantitativas y cualitativas, tales como: revisión de bibliografía, encuestas, entrevistas y grupos focales. Así mismo, se seleccionó una

investigación con enfoque exploratorio, porque se busca tener una aproximación a un tema que, si bien se ha trabajado en proyectos anteriores, se quiere explorar aspectos nuevos (Zafra, 2006).

Se consultaron estudios e información relevante sobre el cuidado de la cuenca del Río Daule. Se realizaron encuestas a ciudadanos entre 14 y 65 años, y se efectuaron entrevistas a Directivos de Instituciones públicas y privadas que tienen responsabilidades en temas medioambientales y competencias sobre el agua como la Dirección de Medio Ambiente del Municipio de Guayaquil, Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) e Interagua. Finalmente se realizaron dos grupos focales de siete personas cada uno, uno en el sector norte y otro en el sector sur de la ciudad de Guayaquil.

Uno de los principales resultados de la investigación fue que el 43% de las personas encuestados no tenía conocimiento ni creían que era de importancia la conservación de la cuenca y el 58% desconocía que esta es la fuente principal de agua dulce para Guayaquil.

Los resultados de los grupos focales indicaron que la ciudadanía no tiene conocimiento sobre la cuenca, una de las preguntas realizadas en la guía del grupo focal (ANEXO 2) fue si tenían una idea de dónde viene el agua de consumo y, varias de las respuestas fueron “sé qué viene de un río, pero no sé cuál” lo cual evidencia una falta de conocimiento. Así mismo se preguntó si conocían que el consumo de agua viene de la cuenca, en la que todos respondieron que no sabían el nombre de la fuente principal, así como también desconocían que esa fuente tiene un alto nivel de contaminación, lo cual complicaría en el mediano y largo plazo el consumo de agua a 4 millones de personas.

Otro de los resultados obtenidos y de relevancia para este proyecto fue que el 90,6% no conoce alguna iniciativa o ha recibido información relacionada al cuidado del agua o de la cuenca del río Daule. Así mismo, el 77% de los encuestados mostraron interés en recibir

información sobre la cuenca. Finalmente, se consultó sobre las plataformas en las cuáles prefieren acceder a este tipo de información: un 50% señaló a Instagram, un 38% Facebook; un 26% Youtube y 24% a través de Whatasapp.

## **1.2 El problema**

Para el análisis del problema se usó la herramienta de árbol de problema, la cual permitió analizar las causas, efectos de la problemática a enfrentar según el siguiente detalle (ANEXO 3).

Con base en la investigación realizada se identificó que el problema central era que la población de la ciudad de Guayaquil desconoce la importancia de conservar la cuenca del río Daule para garantizar así la cantidad y calidad de agua que llega a los hogares.

Entre las principales causas de este problema están las siguientes: a) la escasez de contenido edu-comunicacional en las plataformas digitales de las cuentas de FONDAGUA y, de las Instituciones aliadas que tienen relación con la temática; b) la asignación de recursos para realizar campañas comunicacionales es insuficiente; c) existe reducida cooperación entre instituciones públicas y privadas por las competencias que cada una tiene y, d) existe ausencia de contenido educativo sobre la importancia del cuidado del agua de la cuenca.

Entre las principales consecuencias del problema central se identificaron las siguientes: a) La escasez de información permite el inicio o la continuación de prácticas irresponsables de consumo de agua; b) prácticas inapropiadas de manejo de desechos por parte de la mayoría de las 183 industrias que se asientan en la vía Daule y, c) las prácticas agrícolas inapropiadas siguen incrementando. Durante la revisión bibliográfica se pudo recabar que la mayor cantidad de contaminación viene justamente, de plaguicidas que utilizan los agricultores, y que además los

costos para remover dichos contaminantes son muy elevados, pero necesarios para la potabilización del agua. (El Universo, 2020).

El efecto macro social es el incremento del nivel de contaminación y degradación de la cuenca del río Daule, lo que conlleva a un posible déficit hídrico en los habitantes y calidad reducida de agua que se consume que puede derivar problemas de salud, pues “cuando las familias no tienen un acceso a agua de calidad y consumen agua con contaminación bacteriológica provoca enfermedades como las diarreas y la parasitosis (UNICEF, 2021) y esta situación puede desencadenar la desnutrición crónica en los niños” (Castro, 2020). Este “déficit” nutricional en los primeros años de vida, por causa del consumo de agua contaminada, tiene un fuerte impacto en el desarrollo económico y social en los países. “En Ecuador, los gastos asociados a la malnutrición —como salud, educación y pérdida de productividad— representan alrededor del 4,3% del producto interno bruto (PIB)”

Millones de personas en el Ecuador, dependen de esta cuenca para poder utilizar el agua tanto para consumo humano como para producir alimentos. El agua contaminada crea condiciones insalubres a los habitantes de quienes la consumen. De hecho, las enfermedades de origen hídrico, es decir, originadas a través del consumo de agua, son en general la diarrea y la gastroenteritis. Según cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, estas dolencias constituyen la segunda causa de morbilidad a nivel nacional, sin embargo, las provincias del Guayas, Los Ríos, Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas presentan alrededor del 52% de los casos, justamente las provincias por donde atraviesa la Cuenca del Río Daule.

Corolario, la calidad de vida de los guayaquileños si la contaminación de la cuenca sigue en aumento, se verá afectada.

### **1.3 Marco Lógico**

La finalidad de este proyecto fue de contribuir a reducir la falta de conocimiento de los usuarios/as del agua de la ciudad de Guayaquil que desconocen que la fuente principal de agua dulce es la cuenca del río Daule, así como la importancia que esta cuenca está conservada, para garantizar la cantidad y calidad del agua.

El propósito, fue identificado como la oportunidad de recaudar fondos para que FONDAGUA pueda seguir gestionando más proyectos que sirvan para ayudar a la conservación efectiva de la Cuenca del Río Daule, tomando en cuenta que, según el informe de labores, hasta el momento no tienen un presupuesto asignado.

Por otro lado, el propósito principal del proyecto que lograr que FONDAGUA pueda recaudar fondos para y continúe gestionando más proyectos que sirvan para ayudar a la conservación efectiva de la Cuenca del Río Daule

Con base en el análisis del problema, se identificaron dos componentes para este proyecto. Por un lado, diseñar e implementar contenido audiovisual sobre la importancia de la cuenca en las plataformas de FONDAGUA y sus aliados. Y, realizar campañas comunicacionales para la correcta difusión del material audiovisual ejecutado.

Como supuestos, se tiene contemplado que los ciudadanos de Guayaquil se informen sobre la cuenca del río Daule y su importancia; aumenten la interacción con el Fondo de Agua de Guayaquil y, participen en la donación de recursos para que FONDAGUA desarrolle iniciativas de restauración y conservación de la cuenca.

Como indicadores, el proyecto se planteó disminuir un 10% de desconocimiento acerca de la cuenca del río Daule, tomando en cuenta que existe casi un 50% de encuestados que desconocen de la misma y su importancia. Para lograr verificar este resultado, se planteó luego de implementado el proyecto realizar una encuesta y poder confirmar el resultado de este primer indicador.

Otro de los indicadores a medir es el número de visitas y “me gusta” de los videos, fotografías, piezas gráficas ilustradas de las plataformas de FONDAGUA. Se espera según éste indicador, que los guayaquileños se informen sobre el cuidado y preservación de la cuenca, como también una mayor interacción entre los usuarios y FONDAGUA.

Finalmente, y no menos importante, para poder medir si se cumplió o no con el propósito del proyecto, se deberá solicitar a FONDAGUA dentro de un tiempo establecido, los valores de ingreso por donación luego de implementada la estrategia comunicacional, para confirmar que los componentes aplicados cumplieron con el supuesto planteado, que fue que los ciudadanos de Guayaquil participaron en la donación de fondos para FONDAGUA.

#### **1.4 La implementación del proyecto**

A continuación, se presentan las acciones desarrolladas por el equipo del proyecto para atender el pedido realizado por FONDAGUA. Cabe señalar que nuestro trabajo, necesariamente, tuvo que tomar en cuenta que, durante 2021, un Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) integrado por estudiantes de grado en titulación, desarrolló el micro sitio “Paseo Virtual” dentro del sitio web del Proyecto La Fuente (<https://www.proyectolafuente.org>) y generó -contenido edu-comunicacional, así como una estrategia de comunicación, la misma que solo fue diseñada pero no llegó a implementarse.

En esta ocasión, se identificaron dos componentes para este proyecto. Por un lado, diseñar e implementar contenido audiovisual sobre la importancia de la cuenca en las plataformas de FONDAGUA y sus aliados. Y, realizar campañas comunicacionales para la correcta difusión del material audiovisual ejecutado.

Como parte del primer componente, el equipo realizó un cronograma de actividades desde cada área de especialización del equipo conformado. Para la elaboración de los videos comunicacionales, que ayuden a presentar el trabajo que realiza FONDAGUA, se realizó la recopilación de datos necesarios para la construcción del guion literario. Se analizó la página web de FONDAGUA, su misión, visión, proyectos que actualmente se encuentra en ejecución y con base en las conversaciones con Monserrat Velez, técnica ambiental de FONDAGUA, se agruparon las necesidades comunicacionales de la institución para realizarlo.

A través de un video institucional y promocional se buscaba comunicar a los ciudadanos, la grandeza e importancia de cuidar la cuenca del río Daule y sumar más organismos a ayudar en la conservación de este ecosistema. El video fue creado como multipropósito.

Una vez recopilada la información, se realizó un guion literario. En este punto se combinó lo técnico con el mensaje, que es era visibilizar a la cuenca del Daule por medio de c y reducir el desconocimiento de los usuarios del agua de Guayaquil respecto a el papel que la cuenca tiene como fuente en la provisión del agua que se consume en la ciudad.

Para explicar qué es la cuenca, se escogió exaltar su grandeza y utilizar un mensaje conmovedor, que exponga la realidad de los pueblos, ciudades y personas que se encuentran habitando en las cercanías del río, desde sus microcuencas nacientes en Santo Domingo de los



Tsáchilas, pasando por cinco provincias hasta llegar a Guayas y desembocar junto al río Babahoyo y crear el río Guayas.

Durante la preproducción fue necesario identificar los equipos para realizar la producción de las piezas audiovisuales y así lograr implementar el componente. La elección de los equipos, fue de importancia para el producto final, ya que esto define su calidad y el esfuerzo que la producción puso para entregar, por lo tanto, se utilizaron equipos como cámara y dron de video 4k, micrófonos, trípodes entre otros.

Es importante resaltar que durante la implementación de este componente fue necesario crear una lista de necesidades y un presupuesto para la movilización y hospedajes, para así lograr grabar las piezas audiovisuales.

En producción se comenzó grabando los puntos más cercanos a Guayaquil. Se visitaron las granjas pilotos y las riberas del Río Daule, en lancha, para visualizar la flora y fauna. Luego de aquello, se realizó la producción en una comunidad indígena de Santo Domingo de los Tsáchilas que estuvo de acuerdo en colaborar para los videos y en donde se grabaron tomas en un ramal de río que pasa cerca de su comunidad.

Posterior a esta grabación, se realizó el traslado hasta la cascada del armadillo en Manabí, luego a la represa Daule Peripa y, finalmente, días posteriores se grabó en Isidro Ayora.

La jornada de producción se llevó a cabo sin novedades, rescatando que, por el tiempo y distancia, realizar la inspección de las locaciones se hacía complicado y se tuvo que realizar búsquedas de escenario en el momento e improvisar.

Luego de esta primera parte, se procedió a la edición de las piezas, tomando en cuenta la selección óptima de las tomas realizadas incluyendo además la locución, subtítulos en otros idiomas, musicalización entre otros.

Durante esta etapa de edición se comenzó con una organización del material en bruto, para un editor lo principal es poder ordenar todas las carpetas de las tomas grabadas, de tal manera se pueda tener un control de lo que utilizará en la edición de los videos.

Un proceso esencial para esta fase fue la grabación de la locución en *off*, que es la guía esencial para definir el orden de las tomas. Para esto colocamos la voz en *off* en la línea de tiempo y se procedió a hacer cortes básicos, esta es una técnica simple, donde únicamente se utilizan las tomas que irán mostrándose según lo que se va escuchando. Luego de ello, se realizó la musicalización, imposiciones de logos y textos, colorimetría de las tomas y toda la parte de post producción que termina de dar forma a un producto audiovisual.

Una vez elaborado el contenido audiovisual, se trabajó en el segundo componente que consistió en realizar campañas comunicacionales para la correcta difusión del material audiovisual ejecutado.

Tomando en cuenta y conociendo qué es lo que hace FONDAGUA y cuáles son las actividades que actualmente realizan se procedió a elaborar un boletín de prensa con la información más importante, para así iniciar la coordinación con los medios de comunicación y solicitar entrevistas en diferentes espacios radiales de la ciudad.

Previamente a la elaboración del boletín se trabajó en una ayuda memoria, que permitió al vocero asignado, Giovanni Ginatta Secretario Técnico de FONDAGUA, los insumos necesarios para poder comunicar el mensaje.

Luego de la respectiva revisión y aprobación de los documentos a difundir para coordinar entrevistas, se desarrolló un cronograma de gira de medios, en el que se consideró prensa escrita, televisión y radio. Este cronograma fue el inicio del trabajo enfocado en la comunicación y las relaciones públicas de FONDAGUA.

Con todo el material generado durante el primer y segundo componente, se pudieron continuar con otras actividades relacionadas al mantenimiento de las redes sociales, actualizando información y logrando así mayor interacción en redes.

Las redes sociales de FONDAGUA ya estaban activas y no fue necesario la creación de nuevas cuentas. Durante el trabajo de *community manager* se planificó cada actividad, que iba de la mano con el diseño de cada publicación y la redacción. Fue importante desarrollar un cronograma en excel que sirvió de guía para cada post realizado. En este trabajo, fue fundamental el trabajo multidisciplinario de todo el equipo, ya que cada uno, debía trabajar en una misma actividad, pero desde diferentes perspectivas.

En esta etapa fueron publicados cada uno de los *posts* que fueron desarrollados por el área de producción de contenidos digitales y redacción de contenidos creativos. Los diferentes artes que se crearon fueron publicados para generar tráfico hacia la página web, para lograr esto, en la redacción se agregó el enlace de la página web.

Los temas para publicar en las redes sociales fueron identificados y distribuidos según la finalidad del proyecto. Dentro de estos temas se publicó el logo nuevamente de FONDAGUA como un recordatorio de la institución hacia sus seguidores, datos curiosos de la cuenca, para generar una interacción más directa con los usuarios, se presentaron los problemas que la cuenca atraviesa y sus consecuencias en la ciudadanía.

### **1.5 Evaluación del proyecto**

A continuación, se presentan los principales resultados de la implementación del proyecto:

Desde el 23 de diciembre al 19 de enero del 2022, en Facebook hubo un incremento de seguidores de 1.565 a 1596. Así mismo, con las publicaciones realizadas tuvo un alcance de 5.731 personas, de las cuales 694 eran residentes de la ciudad de Guayaquil.

En Instagram se aumentó de 386 a 505 seguidores. Para lograr este objetivo se realizaron acercamientos con autoridades locales, institucionales nacionales y personas con números altos de seguidores en esta red, para que puedan compartir e invitar a los ciudadanos a seguir a FONDAGUA. Desde el 21 de diciembre de 2021 al 19 de enero de 2022 las publicaciones habían tenido un alcance de 3.815 personas, de las cuales el 58,4% eran de Guayaquil.

En Twitter aumentó de 380 seguidores a 426. En un rango de 28 días los tweets tuvieron 22.500 impresiones y hubo 1.511 nuevas visitas al perfil.

Se concluye para esta última fase que, a través de las actividades realizadas según los cronogramas de trabajo, se logró la implementación de estrategia de comunicación, la generación de contenidos audiovisuales, el mejoramiento de los recursos gráficos, el aumento de presencia de medios online y offline y, el aumento de seguidores, presencia de marca e interacción en las redes sociales de FONDAGUA.

Para lograr el objetivo de este pedido, resultó imperativo, la implementación del centro de interpretación virtual para la página de web y redes del proyecto “La Fuente” para poder difundir a través de las plataformas digitales de FONDAGUA la necesidad e importancia de la preservación del agua de la cuenca del Río Daule para evitar el incremento de su contaminación.

Resulta fundamental desarrollar contenido edu-comunicacional y sostener una estrategia de comunicación para la conservación y la restauración de la cuenca, ya que en ella va a residir casi un tercio de la población nacional y su deterioro tiene efectos económicos y sociales muy importantes y significativos en la economía nacional, regional y local.

La mejor inversión en la cuenca es la prevención mediante la conservación de sus recursos, principalmente en la calidad de la tierra y el agua, a través de una política de Estado local, concertada entre las 4 Prefecturas, los 28 GAD Municipales y las 61 Juntas Parroquiales Rurales

para proteger y recuperar la cuenca del Daule dentro de la perspectiva de la Gobernanza del Agua. El rol de la edu-comunicación y la educación ambiental es crucial para apoyar estos propósitos.

## **2. Sistematización de la experiencia de coordinación general de las relaciones públicas y comunicación de FONDAGUA en medios tradicionales y digitales**

Este documento tiene como objetivo relatar la sistematización la coordinación general de las relaciones públicas y comunicación en medios tradicionales y digitales para el Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA), un modelo innovador creado en el 2015 como mecanismo financiero para desarrollar acciones en beneficio de la conservación del agua de la cuenca del río Daule.

### **2.2 Marco teórico**

Hablar de sistematización puede resultar confuso para quienes no están familiarizados con el concepto; sin embargo, Jara (1998) lo explica como una forma de interpretación crítica de una o varias experiencias en que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, se descubre la lógica del proceso vivido y su relación entre sí, todo se dilata y se vuelve más claro. La sistematización se puede considerar, tomando en cuenta a Jara y además a Torres & Cendales (2007), como una “producción de sentido a partir del reconocimiento y el análisis de los significados presentes en la experiencia”.

Ahora, si bien el concepto queda claro, lo siguiente a cuestionarse sería por qué hay que sistematizar. Primero hay que partir de que todo proceso investigativo y, en este caso, de un pedido tiene una experiencia formativa; no obstante, como bien señala Torres & Cendales (2007) “en la sistematización la formación es una condición y un rasgo definitorio porque es la garantía

de la participación, de la apropiación de la metodología y de la calidad de la comprensión de la experiencia”

En consecuencia, de lo anterior y tomando en cuenta el por qué de la importancia de la sistematización, es necesario hacer hincapié en que la sistematización según Barnechea & Morgan (2010) es de gran relevancia para “explicitar, organizar y hacer comunicables los saberes adquiridos en la experiencia, convirtiéndolos, por consiguiente, en conocimientos producto de una reflexión crítica sobre la práctica”. A pesar de esta particularidad es indispensable señalar lo que también dice Jara (2018) ya que indica que una de las principales utilidades de la sistematización es poder “obtener aprendizajes de la experiencia que nos permitan tener criterios para mejorarlas, enfatizando los elementos más dinámicos, positivos y dejando de lado los aspectos más retardatarios y deficientes”.

Es importante comprender no sólo el significado y la utilidad de la aplicación de la sistematización, sino también conocer cómo se sistematiza. Por tanto, se ha podido encontrar una Guía Metodológica de Sistematización de la FAO (2004) en la cual el proceso se divide en tres etapas: primero, la planificación de la sistematización; luego la recuperación, análisis e interpretación de la experiencia y; en última instancia: la comunicación del aprendizaje. Sin embargo, según Jara (2018) establece un proceso similar, que básicamente establece un diseño de sistematización, una reconstrucción de la experiencia y un análisis de la experiencia

En cada etapa, antes detallada, se proponen diferentes pasos. Para la primera es preponderante tener delimitado el objetivo, definido el objeto, identificado el eje de sistematización y detallado el método a utilizar. Por consiguiente, durante el paso dos es indispensable recopilar y ordenar la información obtenida, analizar e interpretar de manera crítica la experiencia y luego la síntesis de los aprendizajes. Por último, en la etapa de cierre del proceso de sistematización se podrá

elaborar una estrategia de comunicación, diseñar y editar publicaciones u otros materiales y realizar eventos de socialización.

### **2.3 Diseño de la sistematización**

La experiencia elegida para realizar esta sistematización fue la coordinación de las relaciones públicas del Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) en medios tradicionales y digitales.

El objetivo de esta sistematización, luego de entender la situación comunicacional de la organización, fue justamente lo que dice Jara (2018) “para retroalimentar orientaciones directrices de proyectos o instituciones grandes a partir de los aprendizajes concretos que vienen de las diversas experiencias particulares”.

Aterrizando esta utilidad de la sistematización que considera Jara en su libro, se vio la necesidad de que El Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) obtuviera una real orientación en el ámbito comunicacional en todos sus proyectos y pudiera así enfocar parte de sus recursos en la implementación de una estrategia de comunicación integral que le permitiera hacer conocer sus servicios y así, tal vez, lograr la captación de recursos de otras organizaciones.

Así mismo, se consideró oportuno realizar esta sistematización para aportar a la identidad de la organización en medios tradicionales y digitales y que así sus proyectos pudieran darse a conocer a nivel, local, nacional y ¿por qué no? también de manera internacional.

El eje de sistematización se enfocó en el proceso exclusivo de coordinación de las relaciones públicas de (FONDAGUA) en medios tradicionales y digitales. Este proceso pasó por varias actividades según la Imagen 1, en donde se estableció la reconstrucción de cuatro actividades.

Primero: el análisis de la situación comunicacional del Fondo de Agua de Guayaquil

(FONDAGUA); segundo: el diseño de una estrategia de comunicación; tercero: el acercamiento

a los medios de comunicación tradicionales y digitales y, por último, la mediación entre los medios de comunicación con las autoridades del Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA).

### Imagen 1: Componentes de la sistematización de la experiencia

#### Componentes de la sistematización de la experiencia

EN COORDINACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DE FONDAGUA EN MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES

#### ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DE FONDAGUA

##### INVESTIGAR y

Levantar información sobre actividades comunicacionales con enfoque en relaciones públicas



#### DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

##### IDENTIFICAR y

Establecer el mensaje a transmitir



#### ACERCAMIENTO CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

##### REDACTAR

Bolítenes de prensa y/o Ayuda de memorias



#### ORGANIZACIÓN DE GIRA DE MEDIOS

##### MEDIAR con

Medios de comunicación tradicionales y digitales entrevistas y FONDAGUA



Fuente: Elaboración propia



Es importante destacar que este diseño de sistematización se pudo realizar gracias a un cronograma de actividades establecido desde el inicio, a la información recabada en el primer proceso de investigación y, además, a la base de datos de los medios de comunicación que se tuvo a la mano debido a la experiencia previa con la que se contaba en este ámbito. Dichos contactos y conocimientos permitieron hacer el acercamiento y, posteriormente, la gira de medios.

#### **2.4 Reconstrucción de la experiencia**

La reconstrucción de esta experiencia fue explicada dentro de la lógica de los procesos y factores que han intervenido en ella desde sus componentes. Para iniciar este apartado es importante recalcar la importancia de la investigación que se realizó en primera instancia en este pedido. Esta investigación permitió extraer datos como niveles de conocimiento sobre la cuenca del río Daule, niveles de contaminación, entre otras cifras, que se relacionan directamente en el producto final de este proyecto. Sin esta primera parte, la sistematización de esta experiencia no habría sido posible.

Ahora bien, durante el primer componente de la experiencia se procedió a analizar la comunicación y las relaciones públicas que manejaba el Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA), es decir, se procedió a revisar lo logrado en este ámbito en los últimos años, los movimientos en redes o en elaboración de boletines de prensa. En esta parte de la experiencia se pensó encontrar mayor movimiento y, tal vez, un equipo de comunicación para así poder definir con mayor facilidad la estrategia de comunicación; sin embargo, se pudo evidenciar que el Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) no cuenta con un equipo ni un presupuesto para la

comunicación lo cual, si bien no dificultó las demás actividades, los impactos deseados fueron más difíciles de alcanzar.

De acuerdo a lo anterior, se consultó directamente a Fondagua el promedio de información que salía de la organización al público externo, para conocer realmente la realidad en la que se encontraba el Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) con respecto a sus relaciones públicas en medios tradicionales y digitales para así poder desarrollar los pilares de comunicación.

Luego de obtener la información necesaria fue indispensable identificar las necesidades en el ámbito comunicacional. Para esta identificación se tomó en cuenta los resultados de la encuesta realizada a ciudadanos en la cual se preguntó si utilizaban redes sociales y si les gustaría recibir información mediante una plataforma digital. En este caso, de las respuestas recibidas, el 85% indicó que si deseaba recibir información sobre la temática. Este análisis fue fundamental para poder enfocar las relaciones públicas al grupo objetivo idóneo.

Una vez aclarado el panorama del Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) en relación a su comunicación se inició con el diseño de la estrategia en la cual se trabajó específicamente en identificar el mensaje a transmitir y la selección de los canales de comunicación a utilizar.

Durante este proceso, fue necesario trabajar de manera conjunta con todos los integrantes del grupo y también con miembros del Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA). Se planificó tener una sesión grupal ya que se pensó que, como Fondagua tiene ya su misión y visión establecida, sería más sencillo diseñar la estrategia. En este caso se necesitaron varias sesiones, ya que la organización tiene varios frentes a comunicar, por lo tanto, fue más complicado definirlo en una sola reunión.

Con este ejercicio, el diseño de la estrategia fue pensada de manera integral con todos los actores relacionados para poder cumplir con el objetivo que la organización deseaba alcanzar. En este caso, durante el trabajo fue posible determinar los pilares de la comunicación que fueron: comunicar, visibilizar, concientizar y enseñar. Estos, fueron utilizados a través de toda la estrategia, es decir, desde la redacción de los boletines hasta la producción de las piezas audiovisuales.

Otro de las actividades planificadas y clave durante la experiencia fue el acercamiento a los medios de comunicación. En esta actividad se planificó hacer llamadas a los medios con quienes, durante los años de experiencia como relacionista pública, se ha tenido una estrecha relación. Los medios acogieron y respondieron a las llamadas; sin embargo, no hubo mayor muestra de interés a diferencia de otros temas con los que se ha llamado a sus puertas en ocasiones anteriores.

Asimismo, este acercamiento consistió también en la elaboración de boletines de prensa (ANEXO 5) para los medios tradicionales y digitales sobre las actividades que realiza FONDAGUA para ser enviados y también la redacción de ayuda memorias (ANEXO 6) para el vocero de la organización. Si bien se planificó realizar varios boletines de prensa, en la implementación se logró realizar un solo boletín, una sola ayuda memoria y no se realizaron post boletines luego de la asistencia de FONDAGUA a los medios.

No se pudo ejecutar lo planificado por un factor en particular: el tiempo. En el ámbito de las relaciones públicas, la generación y envío de boletines de prensa debe contener información diversa que comunique situaciones varias de la organización; sin embargo, el tiempo en que se realizó el acercamiento y luego la gira de medios, el tiempo y diversidad de la información no

variaba, por lo tanto, se tomó la decisión de no duplicar la comunicación enviada a los medios, para evitar rechazo o desinterés.

Finalmente, y tomando en cuenta que hoy la era de la comunicación está muy enfocada a medios digitales, la elección de los canales fue una combinación entre los tradicionales como televisión y radio y plataformas de youtube y redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter. Con esta selección se inicia el último momento de esta sistematización que fue la organización de la gira de medios.

Para esto se planificó a través de un cuadro de medios (ANEXO 7), la agenda de gira junto con el vocero de FONDAGUA. En este cronograma, se estableció la visita a ocho medios, de los cuales en la realidad sólo se pudo asistir a cuatro. El acercamiento a los medios tradicionales fue un reto durante esta experiencia, pues los medios en la actualidad buscan o aceptan temas que vayan de acuerdo a los temas de coyuntura. En esta caso en particular: pandemia, crisis de por inseguridad ciudadana y temas políticos. Partiendo de esto, el hecho de que el trabajo del Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) no se conoce lo suficiente complicó que los medios contactados, otorguen en su totalidad, un espacio para que puedan dar a conocer su labor y la importancia del cuidado y preservación de la cuenca del río Daule.

Estas estrategias fueron necesarias para desarrollar y crear vínculos: relaciones entre nuevos grupos relacionados al medio ambiente e instituciones públicas que abordan estos temas. Para esta actividad se puso en práctica experiencias en el manejo de las relaciones públicas que funcionan como una herramienta más de la comunicación y con base en esa estrategia aplicada se pudo evidenciar la relevancia de ésta dentro de una institución. Además, la necesidad de implementar métodos y teorías extraídos de diferentes campos de conocimiento, como la

publicidad, el marketing, la comunicación social, la política, la psicología, la sociología, entre otros que fueron cruciales en este proceso.

### **3. Análisis de la experiencia**

Esta experiencia tuvo varios matices dentro del proceso de aplicación profesional, por esta razón resulta novedosa y necesaria su sistematización para evidenciar un antes y un después de la intervención que servirá para mejorar el alcance del trabajo que realiza el Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA).

Hay que recordar que esta Institución no cuenta con un equipo especializado de difusión dentro de su organización, por lo tanto, no han podido comunicar de manera oportuna el trabajo que realizan.

La interacción con los medios digitales fue de gran importancia e interés para la organización. De los 10 medios contactados, se otorgó el acceso en un 50% a Fondagua para que pudieran comunicar su misión y sus acciones dentro los medios de comunicación. En un 60% existió mayor apertura de presencia en medio radiales, pudiendo asistir a Radio I99 y Radio Morena, y el 40% fueron medios televisivos con presencia en RTS y Telerama.

Si bien se enviaron los boletines y post boletines luego de cada entrevista, no se constató reproducciones en medios escritos digitales. Es necesario esclarecer que el envío de boletines de prensa no siempre certifica que el medio escrito va a publicar la noticia; para que suceda esto, la noticia debe contener información suficientemente relevante para una publicación en medios escritos, ojo, siempre pensando que esto queda a discreción del medio.

El porcentaje de aceptación para una gira de medios ejecutada en una semana, es un excelente resultado que evidencia el potencial interés en la temática y mostró que se podría seguir

explotando en el corto y largo plazo en medios radiales. Las razones, pueden ser múltiples, pero se pudo asumir que es justamente por un tema poco explorado en los medios tradicionales.

Es importante destacar que generalmente durante el proceso de relaciones públicas los medios radiales son lo que dan más apertura en diversos temas, justamente por la dinámica de interacción entre el entrevistador y el entrevistado.

Otra parte de este análisis fue la cuantificación, según el cuadro de PR elaborado (ANEXO 8), de lo que la presencia en estos medios de comunicación le permitió ahorrar a FONDAGUA: más de \$24.888 dólares americanos. La presencia en medios permitió la interacción en los medios digitales, generación de nuevos espacios con las estrategias implementadas, desarrollar capacidad de aprendizaje en la ciudadanía y el fortalecimiento en la comunicación de la organización durante la implementación.

En el contexto comunicacional se puede decir que el acercamiento a los medios, mencionando que existe una organización encargada en el cuidado y la preservación de la cuenca del río Daule, dejó abierta la puerta para desarrollar futuras entrevistas y fomentar a comunicar la participación de parte y parte.

Este proceso de sistematización implica la construcción, comprensión e interpretación que conduce a una retroalimentación para buscar mejoras para el Fondos d Agua de Guayaquil (FONDAGUA),

#### **4. Conclusiones y recomendaciones**

Los matices de la experiencia dentro del proceso de aplicación profesional resultaron novedosos y su sistematización pudo evidenciar un antes y un después de la intervención

realizada. Sin duda esto servirá para mejorar el alcance de los mensajes posteriores de FONDAGUA.

Hay que recordar que esta Institución no cuenta con un equipo especializado de comunicación dentro de su organización, por tanto gran parte del esfuerzo que realizan no tiene eco ni repercusión en voces y organismos importantes relacionados con el medio ambiente. Es de suma importancia formar un pequeño departamento que informe de manera oportuna el trabajo que realizan, así su trabajo no sólo será visible y reconocido sino que podrán recibir apoyo al tiempo que posicionan y fortalecen su marca como Institución.

La organización está comprometida a realizar acciones y cuidados para la conservación y restauración de la cuenca del río Daule, toda las actividades y ejecuciones que ellos hacen se deben comunicar a los ciudadanos para que puedan crear conciencia y sentirse motivados a aportar a este tipo de proyectos. Nada de esto puede ser posible si no se implementa una estrategia de comunicación.

La comunicación estratégica debe ser entendida como un proceso participativo que permite dejar claro los propósitos de una organización para lograr sus objetivos. Por falta de tiempo en esta caso, y por los temas que en ése momento eran de reelevancia nacional, no se pudo implementar ciertas acciones que podrían haber sido de mucha utilidad.

Fondagua realizó el lanzamiento de su cuadernillo ecológico “Naty la Nutria”. Si este evento hubiera sido realizado de la manera adecuada, habría sido una gran oportunidad para visitar medios de comunicación, afianzar relaciones, fortalecer la imagen de la organización y captar la atención del público externo. Todos estos temas son oportunidades de aprendizaje que sin duda serán aprovechados por FONDAGUA más adelante. Así es como esta sistematización y el proceso de las relaciones públicas cumplió su cometido pues servirá como diagnóstico y

retroalimentación para Fondagua a fin de mejorar y evitar cometer errores en el ámbito comunicacional. Lo que no se comunica no existe, lo que no integra a las personas permitiéndoles crear un vínculo ya sea por aprendizaje, experiencia o emoción no deja huella.

Por último, una de las grandes recomendaciones para esta última parte del proyecto es invitar a una reflexión acerca de la importancia de tener profesionales de la comunicación vinculados a FONDAGUA. Las mejoras aportadas durante la experiencia evidenciaron que hay espacio en los medios para estos temas si se escoge el momento oportuno y si se da a la información el enfoque correcto. El acercamiento a los medios pudo afianzar relaciones algunos de ellos que seguro podrán volver a ser aliados de FONDAGUA para comunicar su visión y misión; y así, trazar un camino a largo plazo para que más organizaciones se sumen a la iniciativa.

Fondagua necesita comunicar sus proyectos, su alcance y todo lo que realiza a favor de la preservación de la cuenca del río Daule. Si no existe en el corto, mediano y largo plazo la implementación de una estrategia de comunicación de la mano con el trabajo de relaciones públicas, el conocimiento de sus esfuerzos permanecerá en un espectro muy pequeño imposibilitando la enorme capacidad que tienen sus acciones de visibilizar, concientizar y enseñar acerca de un tema que nos concierne a todos.

Por último, mencionar que el presente documento es el resultado del trabajo colaborativo de los estudiantes arriba mencionados y contiene la sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional denominado “coordinación general de las relaciones públicas y comunicación de Fondo de Agua de Guayaquil (FONDAGUA) en medios tradicionales y digitales”; por tal razón los contenidos aquí presentes están relacionados con los otros documentos de los estudiantes mencionados que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad de que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio o copia intencionada.



## 5. Bibliografía

Barnechea, M., & Morgan, M. (2010). La sistematización de experiencias producción de conocimientos desde y para la práctica. *Revista Tendencias & Retos*, págs. 97-107.

Castro, A. (2 de Abril de 2020). *Unicef Ecuador*. Recuperado el Octubre de 2021, de <https://www.unicef.org/ecuador/historias/combater-la-desnutricion-traves-del-acceso-agua-segura>

El Universo. (3 de Agosto de 2020). *nteragua investiga, en dos fases, los contaminantes y sus niveles en el río Daule*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/08/03/nota/7928913/interagua-investigados-fases-contaminantes-sus-niveles-rio-daule/>

FAO. (2004). *Guía Metodológica de Sistematización*. Honduras: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

FONDAGUA. (2022). Obtenido de <http://fondagua.org/>

Gutierrez, D. (2008). *Teoría y práctica de la sistematización de experiencias*. Durango: Teoría y práctica de la sistematización de experiencias.

Jara, O. (2018). La sistematización de experiencias: práctica y teoría para otros mundos político. En O. Jara, *La sistematización de experiencias: práctica y teoría para otros mundos político* (pág. 258 pp). Bogotá: Fundación Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano.

José Vicente León, Rebeca Capella. (2016). *Guía del Community Manager de éxito*. El Regalo.

- Leonard, F. (2015). Una panorámica del concepto sistematización de resultados científicos. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portuga*, pp.106-113.
- Manuel, M. (2014). *El gran libro del community manager: técnicas y herramientas*. Barcelona: Grupo PPlaneta.
- Moreno, M. (2014). *El gran libro del community manager: técnicas y herramientas*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Sampieri, R. (2016). Selección de la muestra. En R. F.-C.-L. Hernández-Sampieri, *Metodología de la Investigación* (págs. 170-191)). México: McGraw-Hill. .
- Santiago Roldán Zuluaga. (2019). *Community Management 2.0*. Ecoe Ediciones.
- Torres, A., & Cendales, L. (2007). La Sistematización como práctica formativa e investigativa. *Pedagogía y Saberes No. 26*, pp 41-50.
- UNICEF. (2021). *UNICEF Ecuador*. Obtenido de <https://www.unicef.org/ecuador/desnutrición-crónica-infantil>
- Zafra, O. (2006). Tipos de Investigación. *Revista Científica General José María Córdova*, vol. 4, núm. 4, pp. 13-14.

## 6. Anexos

### 6.1 ANEXO 1: Guía del grupo focal

Focus group - Cuenca del Río Daule

Sector:

Fecha

Nombres	Cédula	Género	Teléfono	E-mail	RSector	Edad	NSE

#### Introducción

Saludo, soy, estudiante de la UCG del área de profesionalizantes,

Es un gusto poder contar con su participación el día de hoy, es importante para nosotros poder contar con la información que ustedes nos proporcionen. En este momento vamos a conversar sobre el agua, su importancia y conservación,

Queremos comentarles que este conversatorio quedará grabado en audio y video, pero bajo ningún motivo será reproducido públicamente, únicamente será objeto de estudio y analizado con el fin de obtener información que nos pueda servir para sustentación de proyectos académicos.

Presentación de cada participante.

#### PREGUNTAS

¿Conocen que es la cuenca del Río Daule y la importancia que tiene sobre el agua que usamos en nuestros hogares en Guayaquil? \*

¿Saben de donde proviene el agua que consumen los habitantes de Guayaquil

¿Conoce alguna iniciativa o has recibido información que esté relacionado al cuidado del agua o de la cuenca del Río Daule? \*

¿Conoce en qué estado llega el agua a las plantas potabilizadoras?

¿Qué iniciativa en favor del cuidado del agua recuerda o a escuchado?

¿Te gustaría recibir información sobre la Cuenca del Río Daule, y por qué medio desea recibir?

¿Alguien de ustedes recuerda cómo eran antes los ríos, lagos, etc.?

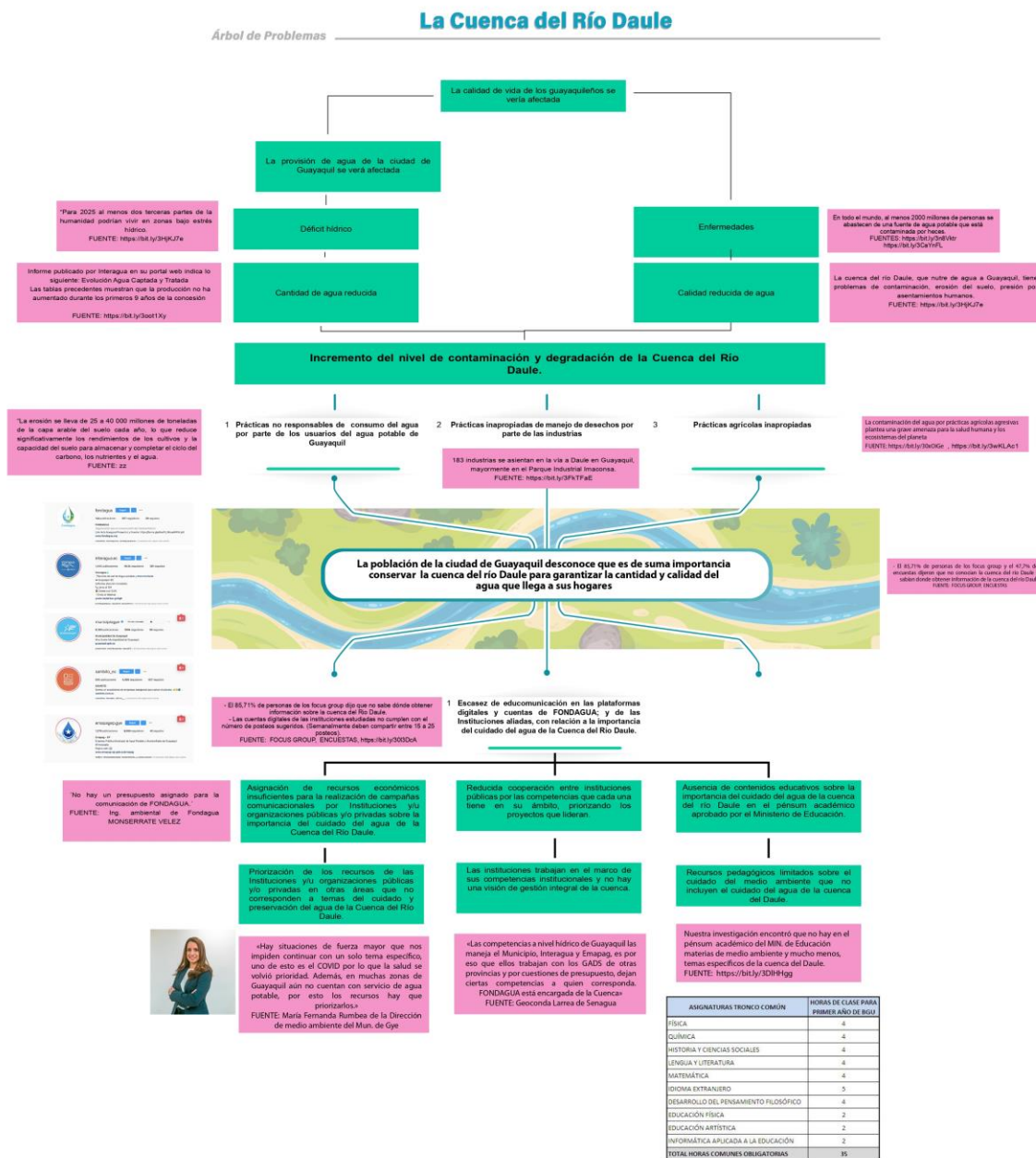
¿Quiénes consideran que son los que más afectan a la conservación del agua?

¿Qué harían para cuidar el agua?

## 6.2 ANEXO 2: Diseño de sistematización

MOMENTO	ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA	LO QUE SE PLANIFICÓ	LO QUE SE EJECUTÓ	POR QUÉ
Análisis de la comunicación de FONDAGUA	Levantamiento de información de la Comunicación y Relaciones Públicas de FONDAGUA	Conocer e investigar que se ha hecho en comunicación en FONDAGUA	Entrevistas a autoridad en FONDAGUA Verificar noticias relacionadas a FONDAGUA	Conocer la realidad de FONDAGUA en el ámbito comunicacional y de relaciones públicas en medios digitales y tradicionales
	Identificación de los pilares de comunicación de FONDAGUA	Identificar las necesidades en el ámbito comunicacional y de relaciones públicas de FONDAGUA	Análisis de encuestas realizadas Análisis de instituciones a fines a FONDAGUA	Conocer el grupo objetivo de FONDAGUA y aplicar los pilares de comunicación de manera idónea
Diseño de la estrategia de comunicación	Redacción de un boletín de prensa y una ayuda de memoria	Enviar un boletín de prensa y ayuda de memoria con información destacada de la organización Identificar a los medios de comunicación con relación a temáticas medioambientales	Elaboración de un boletín de prensa Envío de boletín de prensa escritos, digitales y televisivos Elaboración de una ayuda de memoria para el vocero de FONDAGUA	Mantener al medio digital o tradicional informado de los trabajos que realiza FONDAGUA. Guiar al vocero de FONDAGUA en la comunicación del mensaje esperado
Implementación de estrategia	Coordinación con los medios de comunicación tradicionales y digitales	Realizar llamadas telefónicas a medios a quienes se les envío boletín de prensa. Armar cronograma de medios para revisión de FONDAGUA	Se contactó a 10 medios entre digitales, radiales y televisivos de los cuales solo se asistieron a 4	Hacer conocer las actividades de FONDAGUA y además, era el primer acercamiento institucional y directo con medios. Debido a la pandemia y coyuntura no se pudo participar en más medios
	Desarrollo de gira de medios	Mediar entre el medio de comunicación y vocero de FONDAGUA la participación en el medio pactado. Diseñar de banco de preguntas posibles a realizar por parte del medio de comunicación a vocero de FONDAGUA. Diseñar post boletín con resforzar los temas tratados.	Asistir a los medios de comunicación en los horarios acorde al cronograma. Entrega de ayuda de memoria al vocero. Entrega de boletín a periodista. Envío de gira realizada a CM del grupo	Hacer conocer las actividades de FONDAGUA y además, era el primer acercamiento institucional y directo con medios.

### 6.3 ANEXO 3: Árbol de problemas



## 6.5 ANEXO 4: Marco Lógico

Integrantes: Javier Castillo - Gandy Dávalos - Michael Petersen - Luis Orellana - Gina Torres - Inés Valdivieso

Finalidad	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Contribuir a reducir la falta de conocimiento de los usuarios/as del aguas de la ciudad de Guayaquil que desconocen que la fuente principal de agua dulce es la cuenca del río Daule, así como la importancia que esta cuenca esté conservada, para garantizar la cantidad y calidad del agua.	Disminución de un 10% desconocimiento acerca de la cuenca del Río Daule por los próximos 1 meses	Monitoréos y métricas en Medios tradicionales y digitales (Encuestas - Número de views en plataformas digitales)	Total conocimiento de los guayaquileños acerca de la cuenca del Río Daule
<b>Propósito</b>			
Recaudar fondos para que FONDAGUA pueda seguir gestionando más proyectos que sirvan para ayudar a la conservación efectiva de la Cuenca del Río Daule	Valores recaudados ingresados a las cuentas de FONDAGUA	FONDAGUA	Los ciudadanos de Guayaquil participan en la donación para fondos para FONDAGUA
<b>Componentes</b>			
1.- Contenido audiovisual llamativo sobre la importancia de la cuenca del Río Daule en las plataformas de FONDAGUA y sus aliados	Videos, fotografía, piezas gráficas ilustradas	Número de views en plataformas digitales	Los Guayaquileños se informa sobre la cuenca del río daule, el cuidado y su preservación.
2- Campaña comunicacional para la correcta difusión del material audiovisual ejecutada y recolección de fondos para FONDAGUA	1 estrategia para difundir masivamente los contenidos realizados Etapa de expectativa, lanzamiento y mantenimiento	Medios digitales - proyecciones y registros que se encuentran en las redes sociales de FONDAGUA	Mayor interacción en las redes sociales de FONDAGUA

Nos enfocariamos en los agropecuarios

## 6.6 ANEXO 5: Boletín de prensa



Enero 2022

Boletín de prensa:

### Fondagua – Protejamos la cuenca del río Daule

El Fondo de Agua para la Conservación del río Daule – FONDAGUA, es un fideicomiso que se constituyó para proteger y restaurar las fuentes de agua de la cuenca del río Daule, de donde se nutre Guayaquil y decenas de ciudades y comunidades de la costa del país.

FONDAGUA trabaja junto a sus socios estratégicos y a una red de más de 20 instituciones aliadas, en la conservación y restauración de las fuentes de agua de la cuenca del río Daule, integrando al sector agrícola, industrial, educativo y a las comunidades y cantones a través de proyectos que permitan proteger la cuenca y sus sistemas naturales.

FONDAGUA, trabaja en la cuenca del río Daule, que se ubica en el oeste del Ecuador y comprende 28 cantones de las provincias de Guayas, Manabí, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas. Esta cuenca, que representa el 40% de la cuenca del río Guayas, abastece de agua a más de 4 millones de personas, tanto para consumo humano e industrial; además descarga al mar 12 mil millones de m<sup>3</sup> anuales, y está regulada, en su parte más alta, por la presa Daule – Peripa (6 mil millones de m<sup>3</sup> de almacenamiento), que regula y controla sequías, inundaciones y genera energía hidroeléctrica.

En esta cuenca existe una alta tasa de deforestación, además de malas prácticas agrícolas y aguas residuales sin tratamiento, lo que sumado a los pronósticos de cambio climático que sugieren un aumento en la frecuencia e intensidad de eventos extremos en nuestro planeta, ponen en riesgo la calidad y cantidad de agua que llega al río Daule, en el sitio de abastecimiento para la ciudad.

Por eso es muy importante que la ciudadanía conozca el trabajo que realiza Fondagua para fomentar el cuidado de nuestros recursos hídricos.

Para conocer más de Fondagua visita sus redes sociales FB, Twitter, Instagram @fondaguaec o visita su página web <http://fondagua.org/>

## 6.7 ANEXO 6: Ayuda de memoria



Enero 2022  
Ayuda memoria  
Vocero: Gioavanni Ginatta – Secretario Técnico de Fondagua

### Fondagua – Protejamos la cuenca del río Daule

- El Fondo de Agua para la Conservación del río Daule – FONDAGUA, es un fideicomiso que se constituyó para proteger y restaurar las fuentes de agua de la cuenca del río Daule, de donde se nutre Guayaquil y decenas de ciudades y comunidades de la costa del país.
- FONDAGUA trabaja junto a sus socios estratégicos y a una red de más de 20 instituciones aliadas, en la conservación y restauración de las fuentes de agua de la cuenca del río Daule, integrando al sector agrícola, industrial, educativo y a las comunidades y cantones a través de proyectos que permitan proteger la cuenca y sus sistemas naturales.
- Las actividades de FONDAGUA iniciaron en el 2019 y se han obtenido los siguientes resultados:
  - 1) Integración de 10 Socios Adherentes a FONDAGUA, instituciones tanto públicas como privadas que aportan recursos financieros para la operatividad del Fondo y la protección de la cuenca.
  - 2) Vinculación de más de 20 Socios Estratégicos y de Cooperación Técnica a FONDAGUA, organizaciones especializadas en temáticas de interés para el Fondo de Agua, que se han sumado, aportando desde el ámbito de su especialidad.
  - 3) Finca Demostrativa de 2,3 hectáreas implementada en el cantón Daule, lista para capacitar a agricultores de la parte baja de la cuenca del río Daule en Buenas Prácticas Agrícolas para evitar la contaminación del agua.
  - 4) Consecución de financiamiento internacional para el desarrollo de 2 proyectos de conservación y agricultura sostenible: Uno financiado por la Unión Europea y otro por la Fundación Francesa Ensemble.
  - 5) Más de 500 agricultores de la cuenca capacitados en prácticas agrícolas sostenibles, con énfasis en la elaboración de bioinsumos para el reemplazo de agroquímicos.
- FONDAGUA ha creado una Red de aliados con quienes trabaja de manera coordinada.
- FONDAGUA, trabaja en la cuenca del río Daule, que se ubica en el oeste del Ecuador y comprende 28 cantones de las provincias de Guayas, Manabí, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas. Esta cuenca, que representa el 40% de la cuenca del río Guayas, abastece de agua a más de 5 millones de personas, tanto para consumo humano e industrial; además descarga al mar 12 mil millones de m<sup>3</sup> anuales, y está regulada, en su parte más alta, por la presa Daule – Peripa (6 mil millones



## 6.8 ANEXO 7: Cuadro de Medios

Agenda medios Fondagua							
Fecha	Hora	Medio	Programa	Vocero	Entrevistador	Tema	Dirección
Jueves 13 de enero	08h30	Radio Morena	Noticias	Giovanni Ginatta - Secretario Técnico de Fondagua		Fondagua	Presencial
Viernes 14 de enero		Radio Centro		Giovanni Ginatta - Secretario Técnico de Fondagua	Andrés Junbluth y Maria Isabel Manrique	Fondagua	Presencial
Viernes 14 de enero		Radio I99		Giovanni Ginatta - Secretario Técnico de Fondagua	Dialogo		
Lunes 17 de enero		RTS - Comunidad		Giovanni Ginatta - Secretario Técnico de Fondagua	Isaac Delgado Maria del Rosario Gutierrez	Fondagua	
Martes 18 de enero		ETVTelerama		Giovanni Ginatta - Secretario Técnico de Fondagua	Javier Segarra	Fondagua	Presencial o zoom

## 6.9 ANEXO 7: Cuadro PR

VALORIZACIÓN ECONÓMICA EN MEDIOS						
PRENSA ESCRITA - TV Y DIGITAL						
Noticias	Medio	Sección	Medidas	Categoría	Costo AD	Costo PR
TV	Telerama	Hacia Donde Vamos	1h00	Positiva	\$ 6.524,00	\$ 19.572,00
Radio	Morena	Noticias	20 minutos	Positiva	\$236,00	\$708,00
Radio	I99	Dialogo de la tarde	30 minutos	Positiva	\$768,00	\$2.304,00
Radio	I99	Noticias	20 minutos	Positiva	\$768,00	\$2.304,00
					\$ 8.296,00	\$ 24.888,00
					AD	PR