



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL GAD  
PARROQUIAL DE VALPARAÍSO-GUANO, DURANTE LA  
PANDEMIA POR COVID-19, AÑO 2020**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciado en  
Ciencias de la Comunicación**

**Autor:**

Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Tutor:**

MSC. Jenny Zavala Enriquez

**Riobamba, Ecuador 2023**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

Yo, Gustavo Felipe Marcillo Herrera, con cédula de ciudadanía 060532812-9, autor del trabajo de investigación titulado: Gestión de la comunicación interna en el Gad Parroquial de Valparaíso-Guano, durante la pandemia por COVID-19, año 2020, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 8 de marzo de 2023.



---

Gustavo Felipe Marcillo Herrera

C.I: 060532812-9

## **DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL**

Quienes suscribimos, catedráticos designados Tutor y Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Gestión de la comunicación interna en el Gad Parroquial de Valparaíso-Guano, durante la pandemia por COVID- 19, año 2020, presentado por Gustavo Felipe Marcillo Herrera, con cédula de identidad número 060532812-9, certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha asesorado durante el desarrollo, revisado y evaluado el trabajo de investigación escrito y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba el 25 de mayo de 2023

Dr. Julio Bravo  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Firma



Ms. Carlos Larrea  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Firma



Ms. Raúl Lomas  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Firma



Ms. Jenny Zavala  
**TUTOR**

Firma



## **CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Gestión de la comunicación interna en el Gad Parroquial de Valparaíso-Guano, durante la pandemia por COVID-19, año 2020, presentado por Gustavo Felipe Marcillo Herrera, con cédula de identidad número 060532812-9, bajo la tutoría de Ms. Jenny Zavala Enríquez; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba el 25 de mayo de 2023.

**Dr. Julio Bravo  
PRESIDENTE DEL  
TRIBUNAL DE  
GRADO**

Firma



**Ms. Carlos Larrea  
MIEMBRO DEL  
TRIBUNAL DE  
GRADO**

Firma



**Ms. Raúl Lomas  
MIEMBRO DEL  
TRIBUNAL DE  
GRADO**

Firma



# CERTIFICADO ANTIPLAGIO

## CERTIFICACIÓN

Que, **GUSTAVO FELIPE MARCILLO HERRERA** con CC 0605328129 estudiante de la Carrera de **COMUNICACIÓN**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **“GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL GAD PARROQUIAL DE VALPARAÍSO - GUANO, DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19, AÑO 2020”**, que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN Y CULTURA**, cumple con el 4% reportado en el sistema antiplagio, URKUND, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, el 8 de marzo de 2023



---

Msc. Jenny Zavala

**DOCENTE TUTOR**

## DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo de investigación a mi abuelito Gustavo. Por demostrarme lo que en realidad es tener un mejor amigo, aquel que te orienta por la vida con sus enseñanzas, valores y principios; siempre con el mayor cariño del mundo y sin esperar nada a cambio. Más que nada por el apoyo constante a mis ocurrencias, recordando la premisa de meterle empeño y amor a todo aquello que realice y me proponga.

Gracias por enseñarme que un caballero debe honrar su palabra, por ello, hoy puedo decir que estoy cumpliendo aquella promesa hecha en tu lecho de muerte meses después de iniciar mi vida universitaria, así que lo hice por ti papito Tavo; recuerda que nunca te diré adiós mientras vivas en mi corazón.

Felipe Marcillo.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres Ángel y Gladis por siempre brindarme su cariño y apoyo incondicional a fin de cumplir mis objetivos personales y estudiantiles. Siendo quienes impulsen la persecución de mis metas y el nunca abandonarlas por más adversidades que se presenten en el camino, por lo que mantengo la certeza de que vendrán nuevos desafíos y ellos estarán junto a mí.

Además, un profundo agradecimiento a mis primos Juan Carlos, Jorgito, Mateo y Reinaldo por estar siempre junto a mí y poder contar siempre con ustedes a pesar de las adversidades de la vida; también a mis Amigos Christopher, Byron, Lervis y Alex por apoyarme y extenderme su mano en los momentos difíciles enfrentados que por los azares del destino coincidieron con la elaboración de mi proyecto de tesis. Gracias por abrirme las puertas de su casa y de su corazón.

Finalmente, quiero agradecer a mis tutoras de tesis Belén Ávalos y Jenny Zavala por su apoyo; es preciso mencionar que sin su dedicación y correcciones no se hubiese podido llegar a este momento anhelado y claro también a todos mis docentes por sus enseñanzas en mi etapa universitaria.

Felipe Marcillo.

## ÍNDICE GENERAL

**DERECHOS DE AUTORÍA**

**DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL**

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTO**

**ÍNDICE GENERAL**

**ÍNDICE DE TABLAS**

**ÍNDICE DE FIGURAS**

**RESUMEN**

**ABSTRACT**

**CAPÍTULO I** **15**

**1. MARCO REFERENCIAL** **15**

1.1. Introducción 15

1.2. Planteamiento del Problema 16

1.3. Objetivos 18

    1.3.1. General 18

    1.3.2. Específicos 18

**CAPÍTULO II.** **19**

**2. MARCO TEÓRICO** **19**

2.1 Comunicación 19

2.2. Teorías de la comunicación 19

2.3. Estructuralismo 20

2.4. Funcionalismo 20



2.5. Comunicación organizacional	21
2.5.1. Teorías de la Comunicación Organizacional	22
2.5.1.1. Teoría estructural clásica	22
2.5.1.2. Teoría neoclásica o relaciones humanas	23
2.5.1.3. Teoría de la fusión	23
2.5.1.4 Teoría de las relaciones públicas	23
2.5.1.5. Teoría del liderazgo	23
2.5.2. Beneficios de la Comunicación Organizacional	24
2.6. Comunicación interna	25
2.7. Comunicación Externa	26
2.8. Estrategia Comunicacional	27
2.9. Comunicación política	27
2.10. Gobernanza local	29
2.11. GUANO	30
2.12. Valparaíso	30
2.13. Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Valparaíso	31
2.14. Organización:	32
2.15. Comunicación Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Valparaíso	33
<b>CAPÍTULO III.</b>	<b>34</b>
<b>3. METODOLOGÍA.</b>	<b>34</b>
3.1. Tipo de investigación	34
3.1.1. Sincrónica:	34
3.1.2. Explicativa:	34
3.2. Diseño de la investigación	34
3.2.1. No experimental:	34
3.3. Variables	34
3.4. Operacionalización de variables	35
3.5. Métodos de análisis	36
3.5.1. Cuantitativa:	36
3.5.2. Cualitativa:	36

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	36
3.6.1. Técnicas:	36
3.6.1.1. Entrevista	36
3.6.2. Instrumentos:	37
3.6.2.1. Guía de preguntas de la entrevista	37
3.6.2.2. Cuestionario	39
3.7. Población y muestra	39
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>40</b>
<b>4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	<b>40</b>
4.1. Resultados de encuestas aplicadas al personal del GAD Parroquial de Valparaíso	40
4.3. Discusión de Resultados	68
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>73</b>
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>73</b>
5.1. Conclusiones	73
5.2. Recomendaciones:	74
<b>CAPÍTULO VI</b>	<b>75</b>
<b>6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>75</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b>	
Operacionalización de variables:	35
<b>Tabla 2.</b>	
Perfil especialista	37
<b>Tabla 3.</b>	
Perfil del Técnico del GAD	38
<b>Tabla 4.</b>	
Perfil Presidente del GAD	39
<b>Tabla 5.</b>	
Edad de los encuestados:	40
<b>Tabla 6.</b>	
Sexo de los encuestados	41
<b>Tabla 7.</b>	
Grado de satisfacción	41
<b>Tabla 8.</b>	
Conocimiento de las ocurrencias internas	42
<b>Tabla 9.</b>	
Faltas notadas	43
<b>Tabla 10.</b>	
Efectividad de la comunicación	44
<b>Tabla 11.</b>	
Canales de comunicación más usados	45
<b>Tabla 12.</b>	
Libertad de comunicación	46
<b>Tabla 13.</b>	
Medios de realización	47
<b>Tabla 14.</b>	
Enfoque de la información brindada	48
<b>Tabla 15.</b>	
Influencia laboral	49
<b>Tabla 16.</b>	
Medios de comunicación del GAD	50
<b>Tabla 17.</b>	
Comunicación externa del GAD	51
<b>Tabla 18.</b>	
Entrevista a Agustín Andrés Cueva Villamarín, analista de comunicación y relaciones públicas en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo	52
<b>Tabla 19.</b>	
Entrevista a Klever Altamirano Técnico del GAD Parroquial Valparaíso	63
<b>Tabla 20.</b>	
Entrevista a Mauro Zúñiga presidente del GAD Parroquial de Valparaíso	66

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b>	
Funcionalismo estructural estaba compuesto por cuatro aspectos funcionales el cual denominó ÁGIL	21
<b>Figura 2.</b>	
Relaciones entre gobierno y gobernanza como proceso incremental	29
<b>Figura 3.</b>	
Ubicación de parroquia Valparaíso	31
<b>Figura 4.</b>	
Estructura orgánica funcional GAD Parroquial Valparaíso	32
<b>Figura 5.</b>	
Edad de los encuestados	40
<b>Figura 6.</b>	
Sexo de los encuestado	41
<b>Figura 7.</b>	
Grado de satisfacción	42
<b>Figura 8.</b>	
Conocimiento de las ocurrencias internas	43
<b>Figura 9.</b>	
Faltas notadas	44
<b>Figura 10.</b>	
Efectividad de la comunicación	45
<b>Figura 11.</b>	
Canales de comunicación más usados	46
<b>Figura 12.</b>	
Libertad de comunicación	47
<b>Figura 13.</b>	
Medios de realización	48
<b>Figura 14.</b>	
Enfoque de la información brindada	49
<b>Figura 15.</b>	
Influencia laboral	50
<b>Figura 16.</b>	
Medios de comunicación del GAD	51
<b>Figura 17.</b>	
Comunicación externa del GAD	52

## **RESUMEN**

La presente investigación gira entorno al eje de la comunicación interna en las instituciones públicas; para lo cual se escogió el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Valparaíso del Cantón Guano, en el que se analizó la gestión de su comunicación interna durante el año 2020, en el marco de la pandemia por COVID-19. Para realizar esta investigación se desarrolló un análisis cualitativo y cuantitativo por medio de la aplicación de encuestas dirigidas a su público interno; así mismo se efectuó entrevistas al líder institucional y a un experto en el tema de comunicación organizacional; tras la aplicación de estos instrumentos se pudo recabar la información necesaria para identificar las principales causas y consecuencias de problemáticas en su gestión comunicacional interna, para dar solución a las mismas se presenta una propuesta de plan de comunicación, con estrategias y acciones adecuadas a desarrollar habilidades comunicativas a fin de mantener una comunicación fluida de acuerdo a las particularidades del GAD Parroquial.

### **Palabras Clave**

Comunicación, Comunicación Organizacional, Comunicación Interna, COVID-19, Acciones, Estrategias.

## ABSTRACT

This research revolves around the axis of internal communication in public institutions; for which the Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Valparaíso del Cantón Guano chose, in which the management of its internal communication during the year 2020 analyzed, within the framework of the COVID-19 pandemic. To carry out this research, a qualitative and quantitative analysis developed through the application of surveys directed to its internal public; likewise, interviews conducted with the institutional leader and an expert on the subject of organizational communication; After the application of these instruments, it was possible to collect the necessary information to identify the main causes and consequences of problems in their internal communication management, to solve them, a proposal for a communication plan presented, with strategies and appropriate actions to develop skills. communication in order to maintain fluid communication according to the particularities of the Parish GAD.

**Keywords:** Communication, Organizational Communication, Internal Communication, COVID-19, Actions, Strategies



Reviewed by:  
Mgs. Maritza Chávez Aguagallo  
**ENGLISH PROFESSOR**  
c.c. 0602232324

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO REFERENCIAL

#### 1.1. Introducción

En los últimos años, el Ecuador ha establecido diversas organizaciones, como Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales, Ministerios, Secretarías, Fundaciones, entre otras, con el propósito de mejorar el desarrollo poblacional y el buen vivir. Estas organizaciones son entidades que inducen o conducen a brindar servicios que satisfacen las necesidades de comunidades específicas, así como sus intereses. Donde la comunicación es una parte importante de las necesidades porque a través de esta, pueden intercambiar información y establecer una interacción entre ellas. Por sí sola, la comunicación externa puede permitir que la audiencia objetivo aprenda más sobre las actividades dentro de la organización (Loza, 2018).

Así, las instituciones públicas y privadas tienen mayor relevancia en el proceso de comunicación, lo cual se logra a través del departamento de Comunicación que existe dentro de cada organización para poder establecer las estrategias y canales de comunicación adecuados a fin de que este proceso comunicativo sea el óptimo y visibilice la imagen institucional en la sociedad.

Entonces, la imagen corporativa es una carta de presentación de una empresa u organización, que contiene la historia, la evolución y la realidad actual de la empresa. Por cada aspecto mencionado, la comunicación juega un papel importante en el desarrollo de la imagen corporativa de una organización para posicionar la marca que la representa como institución (Sánchez, 2018).

Otro de los ámbitos importantes es la comunicación interna de una organización, ya que puede estimular la participación de los empleados, coordinar y fomentar cambios de actitud, aumentando así la productividad; por lo tanto, los resultados se verán reflejados en la imagen de la organización. Es decir, el papel de la comunicación interna es estratégico por lo que hoy la comunicación interna se ha convertido en una parte integral de las estrategias adoptadas por las empresas en respuesta ante la crisis, fortaleciendo este tipo de comunicación de manera significativa, en comparación con 2019. De esta manera, la comunicación interna es una palanca estratégica para incrementar el compromiso y la cooperación de los empleados y mejorar el entendimiento y cumplimiento de las iniciativas que los involucran como parte de la organización.

Según Villon (2021) la comunicación se ha convertido en parte integral de las estrategias de respuesta a crisis adoptadas por las empresas y respecto a 2019 se ha reforzado enormemente la contribución de los responsables de esta función a la definición de estrategias de negocio. Si se maneja adecuadamente, a largo plazo, la comunicación interna mejorará el funcionamiento de la organización, contribuyendo así a lograr sus objetivos, fortalecer la cultura corporativa de la entidad y mejorar su identidad e imagen institucional.

Lograr mejorar el nivel de gestión, a fin de satisfacer las necesidades de los residentes (Báez, 2016).

La comunicación interna es relevante, porque de esta manera se puede obtener una mayor productividad, porque refleja la identidad e imagen corporativa de la organización, lo que tiene un gran impacto en clientes y empleados, respectivamente. En comparación con el público interno, la propia organización tiende a prestar más atención al público externo, por lo que es necesario aplicar una estrategia dentro de la entidad (Egas & Yance, 2018).

Por todo lo expuesto, la presente investigación analizará el estado de la comunicación institucional como un elemento estratégico para mejorar la imagen corporativa del GAD Parroquial de Valparaíso - Guano, en la que se debe buscar parámetros para determinar el grado de efectividad de la comunicación reflejada por la imagen proyectada al interior con sus colaboradores y al exterior con su población. Y cómo esta toma de decisiones resulta o no benéfica de alguna manera.

Esta tesis se desarrollará en el GAD Parroquial de Valparaíso ubicado en el cantón Guano, lugar en donde se emplea la comunicación interna a nivel institucional, teniendo por fundamentación central de la investigación, cómo la comunicación institucional ha incidido en el diario convivir de los colaboradores de la Institución, así como en sus pobladores.

Es importante señalar que la falta de comunicación institucional, tanto interna como externa, afecta la imagen a largo plazo. Para profundizar en la temática planteada la metodología del diagnóstico de comunicación institucional del GAD Parroquial, se desarrollará a través del método descriptivo, bibliográfico y estadístico.

En primer lugar se citará el criterio de autores que expliquen la importancia de la aplicación de políticas comunicacionales para el correcto entendimiento de las mismas a la interna, posterior se aplicarán instrumentos que permitan recopilar información de las políticas de comunicación establecidas dentro del GAD Parroquial y el grado de satisfacción en sus colaboradores; finalmente estos resultados serán comparados y discriminados con lo que dicen los expertos para poder determinar si las estrategias comunicacionales son aplicadas correctamente o no y explicar el por qué dejar esos vacíos comunicacionales afecta al correcto funcionamiento y proyección de una imagen institucional.

La población para las técnicas cualitativas (entrevista) serán: su presidente, principal autoridad del GAD Parroquial de Valparaíso y su Técnico de Proyectos, encargados de dar las principales directrices para el correcto funcionamiento de la institución. Además, se realizarán encuestas a los empleados del GAD Parroquial.

## **1.2. Planteamiento del Problema**

La pandemia de COVID-19 en Ecuador es una expansión del brote de coronavirus que comenzó en Wuhan, China. Este hecho ha alarmado a todos los países del mundo desde principios de 2020, llegando a América Latina a mediados de febrero. En Ecuador, el primer caso fue importado desde Madrid, España por una mujer de 71 años que ingresó al país el



14 de febrero y posteriormente desarrolló síntomas asociados a la enfermedad, pero el hecho no se informó al público hasta el 29 de febrero. Es así como Ecuador contó con su primer caso confirmado de coronavirus y pasaría a convertirse en el tercer país de la Región en tener un contagio dentro de sus fronteras. A principios de marzo se confirmaron 10 casos más de COVID-19 en el país, y la observación de contactos y familiares de casos positivos que realizó el Ministerio de Salud Pública de Ecuador, siendo el 13 de marzo cuando se confirmó la primera muerte a causa de COVID-19, que justamente sería el primer caso confirmado en el territorio.

Gobiernos locales desplegaron vigilancia continua en los espacios públicos más concurridos de las ciudades, y a partir del 7 de marzo se implementaría a modo de estrategia la limpieza y desinfección de los mismos, esperando que esto evite nuevos contagios. Luego de que la OMS anunciaría que cambió el término a pandemia debido a la infección con la cepa del coronavirus, el 12 de marzo se declaró emergencia sanitaria a nivel nacional. La alerta se emite por un período de 60 días, con posibilidades de ser extendida si el caso fuera necesario. A causa del impacto epidemiológico del virus las actividades educativas y de trabajo pasaron a realizarse en modalidad online indefinidamente.

Para el 14 de marzo las medidas emergentes implementadas para la restricción de movilidad de pasajeros por vía aérea y marítima se extendió por 21 días. Es así como para el lunes 16 de marzo el presidente Lenín Moreno declaró el estado de excepción a nivel nacional, lo cual incluía: el cierre de los servicios públicos, a excepción de salud, seguridad, servicios de riesgos y aquellos que, por emergencia, los ministerios decidan mantener abiertos.

El 6 de abril, se impuso de manera obligatoria el uso de mascarillas y el uso de guantes para el ingreso a mercados y centros de abastecimiento, sumado a la restricción de movilidad en cualquier espacio público local.

Así, ante el surgimiento de COVID-19, las instituciones deben cuestionar la decisión e implementación de acciones de corto, mediano y largo plazo en el proceso de comunicación interna y externa a fin de cumplir con sus propósitos y dar valor agregado a su imagen corporativa; por lo tanto, esto significa que las actividades que se lleven a cabo deben responder a las demandas comunicacionales, mantener el entusiasmo de los valores corporativos y la cohesión de los funcionarios. Todas las acciones implementadas deben fortalecer la relación entre autoridades y empleados, promover un liderazgo cercano y humano, y aumentar la participación; potenciar su compromiso con la organización y el sentido de pertenencia. Para ello, la finalidad de cada iniciativa tomada y la horizontalidad de los valores son la clave. Por lo que resulta necesario revisar cómo han cambiado los patrones de comportamiento y formular nuevas políticas y conceptos de los gremios para brindar a las organizaciones ventanas de oportunidad para comunicar eficazmente.

En general, las organizaciones tratan la comunicación externa como parte de su estrategia comercial; sin embargo, no ocurre lo mismo con la comunicación interna, por el hecho de compartir el mismo espacio, y estar acostumbrados a unas rutinas; solo se ha considerado necesario desarrollar un plan de comunicación interna ante una situación

concreta que en la mayoría de los casos ha sido por una crisis y no en el diario vivir para evitar o manejar las mismas.

El presente trabajo de tesis se desarrollará en el GAD Parroquial de Valparaíso ubicado en el cantón Guano, lugar en donde se emplea la comunicación interna a nivel institucional, teniendo por fundamentación central de la investigación, cómo la comunicación institucional ha incidido en el diario convivir de los colaboradores de la Institución, así como en sus pobladores ante el surgimiento del COVID-19, por lo cual se analizará la gestión de la comunicación interna durante los meses de enero a diciembre del 2020, primer del año de la pandemia por la COVID-19.

Se ha escogido este periodo precisamente ya que la pandemia fue un espacio que determinó el desarrollo e implementación de la comunicación interna como un mecanismo indispensable para el correcto funcionamiento de una comunicación eficaz y eficiente con todos los stakeholders de la Institución.

Por tal motivo el presente estudio plantea dar respuesta a la siguiente interrogante: ¿De qué manera se desarrolló la comunicación interna del GAD Parroquial de Valparaíso con sus empleados durante el primer año de pandemia?

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. General**

- Analizar la gestión de la comunicación interna del GAD Parroquial de Valparaíso, durante la pandemia por COVID-19, año 2020.

#### **1.3.2. Específicos**

- Identificar los elementos teóricos que relacionan la comunicación interna con la imagen corporativa.
- Diagnosticar el estado de la gestión de la comunicación interna en el GAD Parroquial de Valparaíso durante la pandemia por COVID-19 año 2020.
- Diseñar un plan comunicacional para fortalecer y mejorar la comunicación interna del GAD Parroquial de Valparaíso pospandemia.

## CAPÍTULO II.

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Comunicación

La comunicación es una actividad humana básica. La comunicación es un elemento importante que no se puede separar de la vida humana como ser social. Al comunicarse, los humanos pueden relacionarse entre sí, tanto en la vida cotidiana en el hogar, en el trabajo, en el mercado, en la sociedad o donde sea que se encuentren. No hay ser humano que no se comprometa en la comunicación.

Etimológicamente, la palabra comunicación proviene del latín "communicare" que significa "transmitir". De acuerdo con el origen de la palabra, el significado de la comunicación es el proceso de transmitir significado de una entidad o grupo a otro, mediante el uso de signos, símbolos y reglas semióticas que se entienden en conjunto.

Con base a Everett citado por Fuentes (2005), la noción de comunicación es el proceso de transferir ideas de una fuente a uno o más destinatarios con el objetivo de cambiar el comportamiento. Para Acevedo y Vidal (2019), la noción de comunicación es un proceso en el que alguien intenta proporcionar comprensión e información transmitiendo mensajes a otros.

Según Soto y Ortega (2021), la definición de comunicación se puede dividir en dos formas:

- Comunicación interpersonal (Comunicaciones interpersonales), es decir, el proceso de intercambiar información y transferir comprensión entre dos o más personas en un pequeño grupo de personas.
- Comunicación en las organizaciones (Comunicaciones de la organización), es decir, el proceso en el que los hablantes brindan información sistemáticamente y transfieren la comprensión a las personas dentro de la organización, así como a las personas e instituciones fuera de la organización, pero aún asociadas con la organización.

Por otro lado, Rudolf F. Verderber citado por Bonilla (2020) la conceptualiza como una función social y una función de toma de decisiones. Las funciones sociales tienen como objetivo divertirse, mostrar vínculos, construir y mantener relaciones con otras personas. Mientras que la función de la toma de decisiones es decidir hacer o no hacer algo en un momento determinado.

#### 2.2. Teorías de la comunicación

En general, la teoría de la comunicación puede interpretarse como una forma de visiones y estrategias que son útiles para formar marcos y herramientas para apoyar las actividades a realizar. En el proceso de comunicación, esta teoría de la comunicación juega un papel como entrenador cuya función es formar y ensamblar una regla de comunicación.

El ritmo de desarrollo de la teoría de la comunicación es muy rápido en comparación con los estudios con otros temas. Se sabe que hay muchos expertos que participan expresando sus opiniones para formar otras teorías de la comunicación. Tomando en cuenta las conceptualizaciones expuestas por los expertos, se procede a presentar los tipos de teorías de la comunicación que existen en el mundo.

### **2.3. Estructuralismo**

El aparato conceptual de lo que conocemos como estructuralismo, o corriente de pensamiento estructuralista, si bien involucra sus múltiples fundamentos, no es suficiente para considerarlo, en rigor, como uno de los modelos teóricos centrados puramente en la Comunicación Social surgidos con la modernidad que impulsó la expansión de los medios de comunicación de masas.

El campo comunicacional, por su carácter multidisciplinar, ha sido objeto de aportaciones teóricas, análisis empíricos y aproximaciones críticas desde otros dominios científicos tradicionalmente bien definidos, como la filosofía, la sociología, la lingüística, la historia, la psicología, la antropología, etc., y es en esta perspectiva que los supuestos estructuralistas pueden ser invocados y entendidos dentro del ámbito de los estudios de Comunicación.

El pensamiento estructuralista es la corriente de pensamiento más completa que jamás haya surgido de las ciencias humanas, el estructuralismo, tiene su origen en el Curso de lingüística general impartido por el lingüista suizo Ferdinand de Saussure, y publicado en 1916 por sus alumnos, después de su muerte. François Dosse citado por López (2017) en la obra Historia del Estructuralismo, define tres ideas centrales presentes en la obra de Saussure: la primera es que el objetivo de las ciencias humanas es estudiar los sistemas formales. Así, lo que se puso en primer plano fue el estudio de las formas y las relaciones, excluyendo el de las sustancias y las cualidades.

La segunda idea es que el lenguaje es un sistema preexistente al uso que hacemos de él. El habla sólo representaría relaciones particulares e históricas. Así, los estructuralistas privilegiaron la dimensión sincrónica de los fenómenos y no la diacrónica. La tercera idea es que el lenguaje es un fenómeno social que se constituye independientemente del sujeto que lo utiliza. Así, se eliminó la percepción consciente del sujeto.

### **2.4. Funcionalismo**

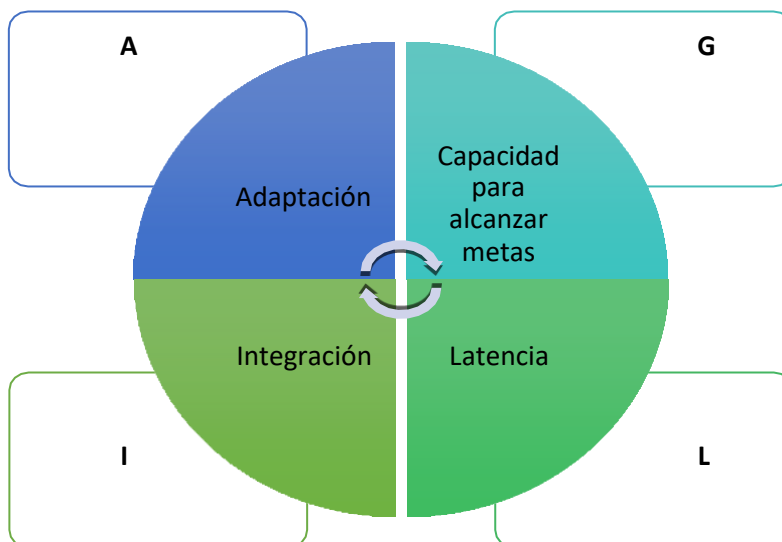
Parsons (1971) citado por Cadenas (2016) concibe a un esquema como un conjunto de actividades que tienen por objetivo la satisfacción de una o varias necesidades del sistema Parsons creía que el funcionalismo estructural estaba compuesto por cuatro aspectos funcionales el cual denomino ÁGIL: (A) Adaptación, (G) Capacidad para alcanzar metas, (I) Integración, (L) Latencia, o mantenimiento de patrones. Por tanto, para que una institución perdure en el mercado debe cumplir con estas cuatro funciones:

- Adaptación: el sistema empresarial debe cubrir las exigencias externas. Por ende, debe ser capaz de adaptarse a las necesidades del entorno que lo rodea.
- Capacidad para alcanzar metas: toda institución debe ser capaz de definir y alcanzar las metas propuestas, priorizando la resolución de problemas encontrados dentro de la misma.
- Integración: una institución debe tener la capacidad de regular las interrelaciones que se ejecutan en su interior. A su vez debe poder relacionar los otros tres elementos del esquema (A,G,L).
- Latencia: las instituciones deben mantener, fomentar y renovar continuamente la motivación de los empleados, por medio de la cultura organizacional.

Bajo esta perspectiva Parsons diseñó su esquema de tal forma que pueda ser empleado en todos los niveles de una institución.

**Figura 1.**

*Funcionalismo estructural estaba compuesto por cuatro aspectos funcionales el cual denomino ÁGIL*



Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

Los organismos biológicos son sistemas de acción que realizan la función de adaptación adaptando o cambiando el mundo exterior (2017). El sistema de la personalidad realiza la función de lograr objetivos estableciendo objetivos del sistema y movilizand recursos para alcanzarlos. El sistema social cumple la función de integración al conquistar sus elementos básicos. Finalmente, los sistemas culturales sirven a los actores para proporcionarles las reglas y valores que los motivan a actuar.

## 2.5. Comunicación organizacional

La existencia de la comunicación organizacional en sí misma, se aprovecha para lograr un objetivo común, donde muchas veces este tipo de comunicación se utiliza y aplica dentro del ámbito de trabajo.

Según García et al. (2019), la comunicación organizacional es un proceso de creación e intercambio de mensajes en una red de relaciones que dependen unas de otras para hacer frente a un entorno incierto o cambiante.

Sixto et al. (2021) consideran a la comunicación organizacional como un programa de comunicación en el estudio de las relaciones públicas (RP) con respecto a las relaciones internas y las relaciones gubernamentales y las relaciones con los inversores en las organizaciones.

Por su parte, Rodríguez y Vázquez (2019) afirma que la comunicación organizacional es un intento de enviar y recibir mensajes tanto en grupos formales como informales dentro de una organización.

Torres (2020) también argumenta que la comunicación organizacional es una entrega o intercambio de información dentro de una organización, de modo que pueda dar forma al flujo de información. La existencia de comunicación organizacional puede traer redes de información dentro de la organización.

Díaz y Colmenares (2019) también mencionan que la comunicación organizacional es un comportamiento que ocurre en una organización y cómo las personas en ella se involucran en el proceso y realizan transacciones en forma de intercambio de significado.

Mientras tanto, Maldonado (2020) define la comunicación organizacional como una forma de comunicación que ha sido planificada por una organización con el público o la comunidad más amplia donde se encuentra la organización para lograr un objetivo determinado.

Según la visión de Pineda (2020) la interacción entre miembros de la organización o miembros con líderes organizacionales no es una comunicación organizacional, sino una interacción entre la organización con destinatarios de comunicación que no son parte de la organización.

De las seis opiniones de expertos sobre la definición de comunicación organizacional, se puede concluir que la comunicación organizacional es un proceso que ocurre dentro de una organización en el que se establecen las formas de entregar, recibir e intercambiar información y mensajes para lograr una determinada meta que ha sido establecida de forma conjunta entre miembros y líderes de la organización.

En tal virtud, para el presente trabajo es de vital importancia la Comunicación Organizacional ya que está engloba todo el proceso comunicativo que se realiza en una organización, en este caso el GAD Parroquial y los diferentes stakeholders de la Institución, así como los canales y estrategias que se utilizaron durante la pandemia de COVID -19 para transmitir mensajes y al final poder evaluarlos si fueron eficaces o no, que es básicamente lo que buscamos con la investigación.

## **2.5.1. Teorías de la Comunicación Organizacional**

### **2.5.1.1. Teoría estructural clásica**

Esta primera teoría se desarrolló desde la década de 1800 y puede denominarse teoría de las máquinas. Esta teoría explica que la organización se describe como una institución

central en sus tareas y proporciona instrucciones mecánicas estructurales que son rígidas, monótonas y sin innovación. Hay cuatro condiciones principales de esta teoría, a saber, poder, servicio mutuo, doctrina y disciplina.

#### **2.5.1.2. Teoría neoclásica o relaciones humanas**

Esta teoría fue presentada por Elton Mayo citado por Carmen y Masias (2017) y surgió debido a la insatisfacción con la teoría clásica o teoría de máquinas. La teoría neoclásica se refiere a la importancia de los aspectos psicológicos y sociales de los empleados como individuos o grupos de trabajo.

Esta teoría ha sido "traducida" a través de experimentos realizados por Elton (2017) en la fábrica de Hawthorne en 1924. Los resultados de estos experimentos concluyeron que es importante prestar atención a los incentivos salariales y las condiciones laborales de los empleados para aumentar la productividad laboral.

#### **2.5.1.3. Teoría de la fusión**

La teoría de la fusión tiene sus orígenes en la conciencia de Obando (2018) de la década de 1950 sobre la satisfacción de diferentes intereses humanos en una burocracia o una organización. Obando argumenta que la organización en ciertas etapas afectaría a un individuo. Mientras tanto, el individuo tiene una influencia en la organización.

Este fenómeno hace que los empleados muestren las características de formar una empresa u organización. Cada puesto ocupado por un empleado muestra su singularidad y tiene las características de cada organización, por lo que puede modificarse de acuerdo con los intereses y talentos especiales del empleado o individuo.

#### **2.5.1.4 Teoría de las relaciones públicas**

Como dijo Orriaga (2021) la comunicación organizacional es un estudio de la teoría de las relaciones públicas, esta teoría establece que los esfuerzos se llevan a cabo de manera planificada y sostenible en su conjunto o en su conjunto por una organización. Estos esfuerzos se realizan para crear y mantener la buena voluntad para el entendimiento mutuo entre la organización y sus audiencias.

#### **2.5.1.5. Teoría del liderazgo**

Esta teoría establece que el líder de una organización o grupo es una figura importante para ayudar a los miembros a satisfacer las necesidades y lograr juntos los objetivos del grupo o de la organización. Hersey citado por Torres (2020) ha formulado cuatro tareas para los líderes, a saber: a) contar, ser capaz de proporcionar información de manera directa. b) vender, capaz de dar instrucciones. c) participar, capaz de establecer una buena cooperación. d) delegante, capaz de tomar decisiones.

Al estudiar la teoría de la comunicación, especialmente en el ámbito de la organización, se puede ver a través de un enfoque de liderazgo claro se pueden establecer las directrices para que quién esté a la cabeza pueda comunicarse con todos sus empleados y colaboradores, así mismo recibir una retroalimentación pero que está sea ordenada por niveles jerárquicos como los que se manejan en las instituciones gubernamentales en este caso los GADS Parroquiales.

### **2.5.2. Beneficios de la Comunicación Organizacional**

- El primer beneficio, tras conocer la teoría de la comunicación organizacional, como individuo que vive en un grupo, entiende su posición en la organización o grupo.
- El segundo beneficio, la comprensión de la comunicación organizacional puede fortalecer la relación entre los miembros y los líderes de la organización. Para que la vida institucional pueda durar más y crezca un sentido de querer mantener y cuidar la organización.
- El tercer beneficio, facilitar el logro de las metas organizacionales. Esto se debe a la formación de una buena comunicación, para que entre los miembros y cada líder de unidad comprendan las diferencias de opinión que están presentes en cada discusión en la organización.
- El cuarto beneficio, conocer la teoría de la comunicación organizacional puede hacer que un individuo se ajuste y se ubique bien en la organización o grupo.
- El quinto beneficio, conocer los deberes de un líder y miembro de una organización. Una comprensión de la teoría de la comunicación organizacional puede hacernos conscientes de los deberes como líder o miembro de una organización, esta conciencia puede aumentar el trabajo y la eficacia de la organización para lograr las metas que se han fijado por el conjunto.
- Además, la conciencia de los líderes y miembros puede facilitar todas las visiones que existen en la organización. Con la capacidad de comunicarse dentro de la organización, servirá para construir un flujo de información y un entendimiento común entre todos.

Según Charry (2018) se puede concluir entonces que, el éxito de la comunicación organizacional se relaciona principalmente con la capacidad de los directivos para transmitir los valores de la institución, generar un buen clima en el ambiente laboral y lograr que todos los mensajes y tareas se transmitan de manera clara.

Por ende, se intuye que la imagen externa de una organización es un reflejo directo de la imagen que de ella tienen sus empleados (Chávez & Peralta Luna, 2021). Por ello, es fundamental determinar si en el GAD Parroquial de Valparaíso están motivados, satisfechos y se sientan parte integral y relevante de los procesos, algo que solo se podrá lograr y optimizar a través de una comunicación organizacional eficiente y bien elaborada.

Una buena gestión de la comunicación dentro de la institución gubernamental ayuda y condiciona el logro de los objetivos establecidos, satisfaciendo así la necesidad de



comunicar tanto externa como internamente y comunicar sus opiniones y actividades, lo cual es de suma importancia para el GAD Parroquial de Valparaíso.

Con base a las premisas expuestas, también se pretende determinar con la presente investigación si los servidores del GAD Parroquial están motivados a alcanzar los objetivos internos de la Institución Gubernamental, manteniendo la retroalimentación de las tareas entre empleados y directivos.

## **2.6. Comunicación interna**

Para Peñarreta et al. (2021) la comunicación interna es un concepto que se basa en una estrategia en la que todo un conjunto de acciones busca facilitar la transmisión de información relevante dentro de una empresa. Es un factor fundamental para asegurar la alineación entre los equipos, facilitando el trabajo y manteniendo la unidad en momentos de dificultades empresariales. Por lo tanto, está directamente relacionado con el logro de los objetivos de la empresa.

Según Chilán (2021) en Ecuador la comunicación interna se ha posicionado como un elemento importante para el fortalecimiento y desarrollo institucional, enfocándose principalmente en el comportamiento de comunicación que resulta de las conexiones y expresiones internas que genera la práctica y visibilidad de las instituciones y su quehacer. Por lo tanto, la comunicación interna debe entenderse como un proceso horizontal dentro de una entidad, que permita incorporar a la política organizacional y no limitarse a acciones realizadas únicamente a través de la explotación. En los últimos años, las comunicaciones internas en las empresas de todo el país se han administrado mejor al darse cuenta de que las personas y la información son una parte importante del desarrollo de una estrategia de comunicaciones para el éxito comercial.

Las instituciones gubernamentales que aprovechan la integración de procesos de comunicación interna en sus sistemas se dan cuenta de su importancia y la adaptan a su modelo organizativo, de modo que la comunicación interna se considera no solo como una herramienta, sino como una política gubernamental. Con la intención de tener una idea clara acerca de la Comunicación Interna, en términos de Salinas (2020) es un Conjunto de actividades que realiza una organización para crear y mantener buenas relaciones con y entre sus miembros utilizando diversos medios de comunicación que los informa, los conecta y los motiva a contribuir a los objetivos de la organización.

Por las ideas expuestas, se menciona que el presente estudio pretende evaluar la comunicación interna que se efectúa en el GAD Parroquial de Valparaíso llevado a cabo durante la pandemia con la intención de identificar su accionar en tiempos de emergencia, no solo para categorizar las estrategias empleadas durante la pandemia, sino también para determinar sus falencias y en base a ella poder dar una solución que permita la mejora de su proceso de comunicación interna existente.

El presente proyecto busca analizar la comunicación que el GAD Parroquial sostiene con los usuarios dentro de la organización, es decir, a los servidores parroquiales. Por ello, además de mantener una relación cercana y respetuosa entre municipios, funcionarios y

personal de las dependencias, el GAD Parroquial ha desarrollado diferentes talleres de formación de talentos. El trabajo en equipo es el eje principal de la organización para lograr la armonía y llevar a cabo varias actividades de comunicación, entre las cuales se encuentra: reunión aleatoria, seminario, charlas, entrenamiento, inducción, jornada de puertas abiertas, tablón de anuncios, tríptico, panel informativo, teléfono de información, reuniones con la gerencia, buzón de sugerencias, comunicación en la ciudad.

## **2.7. Comunicación Externa**

La comunicación externa es el proceso que vincula información o contenidos informativos desde la institución hacia sus diversos públicos externos, es decir, a todos aquellos con los que la organización tiene algún tipo de vínculo, sin formar parte estos de la compañía Brandolini en (Montecé Moreno, 2020, p. 25)

Por su parte, Bartolí en Montecé Moreno, (2020) la define como el conjunto de actividades generadoras de mensajería cuya finalidad es crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivos del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios. (p. 26)

Así se destaca que dentro de la comunicación externa se deben dirigir los mensajes hacia los consumidores actuales y potenciales, empresas de competencia, gubernamentales, medios de comunicación, representantes de sectores económicos, culturales, etc., que estén vinculados con la empresa. Rincón en (Montecé Moreno, 2020, p. 26)

Por tanto, la comunicación externa, según Arnoletto en Montecé Moreno, (2020) es:

La transmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas a la organización y a su contexto. Para la organización que tiene su atención centrada en sus clientes, es fundamental mantener un doble flujo de comunicación. Recibir información sobre las variaciones en la dinámica del contexto sociopolítico y económico en que desarrolla su labor, para poder definir su estrategia y sus políticas; y proyectar sobre el ámbito social una imagen de empresa fundada en información sobre su dinámica interna y su acción objetiva sobre el medio social. Los interlocutores privilegiados de esa comunicación son los clientes, los proveedores, la opinión pública y el gobierno. (p. 26)

Siguiendo la línea es preciso mencionar que la comunicación externa es importante dentro de una institución, pero no puede trabajarse si no existe un manejo apropiado de la interna ya que van de la mano porque si no se conoce los productos, servicios, valores, políticas y demás intangibles casa adentro, es imposible que estos puedan ser transmitidos hacia el exterior. Así, Castro en Montecé Moreno, (2020) afirma que toda organización debe desarrollar sus procedimientos desde adentro, y aquí la comunicación pasa a ser la columna vertebral que sustenta toda la estructura organizacional ya que de ella depende que el mensaje que envía la “cabeza” se entienda, se asimile, y se lleve a cabo. (p. 26)

Es decir, en su conjunto la comunicación interna y externa forman una imagen corporativa, misma que Capriotti, (2013) define como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización. (p. 29)

El encargado de formar esta estructura mental en los públicos no es otro que el DIR.COM que, para Costa, (s/f) tiene la responsabilidad de planificar y gestionar el proyecto reputacional (p. 6) al interior como al exterior de la organización.

## **2.8. Estrategia Comunicacional**

Madroñero y Capriotti (2018) consideran que la estrategia de comunicación tiene una característica fundamental en cualquier estrategia (de comunicación) global, y es un elemento clave que se toma en cuenta a la hora de conseguir un objetivo de comunicación o cuando se utiliza la comunicación para conseguir ese objetivo. De hecho, según este autor dado que la comunicación es una interacción en los mercados políticos, económicos y culturales que los individuos usan a menudo, aparte de eso, tales tácticas a menudo no se encuentren en estado puro, sino que se presenten como estrategias mixtas.

Según Dávila y Lorenzo (2019) la estrategia de comunicación también incluye cómo traducir los objetivos de comunicación específicos a un lenguaje que el público objetivo pueda entender para que puedan ser asimilados adecuadamente. La teoría de la comunicación, la creatividad y cómo entiende la persona que transmite el mensaje dependen del sujeto que va a decodificar

Para Chávez et al. (2019) la comunicación estratégica busca dar un paso adelante. Esto es suficiente para limitar la integración de productos y marcas a un estrecho abanico de estrategias de comunicación diferentes. Por tanto, es necesaria una comunicación inteligente a través de una gestión integrada y un alto grado de razonamiento estratégico.

## **2.9. Comunicación política**

En la actualidad, la política pasa por la comunicación, por ende, la política es comunicación. Es una forma de presentar la modernidad en relación y cambio mutuo. En nuestro análisis político no tiene nada que ver con el gobierno o los imperios de la comunicación, pero reconocemos que la política es el enredo constante de símbolos, y por tanto la comunicación política es un proceso necesario para la difusión o retención de información (Riorda, 2011). La descarga debe ser clara y evidente. Toda política debe ser una realidad transferible. Mientras haya política, habrá intercambios, o al menos oportunidades.

Estos son los cambios conceptuales más notorios que nos parecen insólitos, pero siempre se trata de percibir los objetos políticos como un hecho de la dimensión actual de la comunicación. Particularmente importante en este sentido es el papel de la comunicación política, cuyos participantes tienen limitaciones de tiempo para comunicarse de forma rápida y dinámica en la búsqueda de resultados concretos.

Hoy, con la creciente complejidad de los diferentes sistemas de medios (en lugar de uno solo), esta interacción entre actores sociales se ha intensificado. Además, esta intensificación cambia la forma de la información, amplía la oferta y la demanda y distrae a la opinión pública, haciendo de la participación de los principales partidos y candidatos en las elecciones y de los medios de comunicación el principal electorado para la expresión

permanente de sus relaciones. Sin embargo, hay que recordar que la comunicación política no es un agravante de la política (desde un cierto punto de vista al respecto), al contrario, está sobrevalorada y al mismo tiempo es una condición válida. Por tanto, la comunicación política puede ser vista desde una variedad de modelos teóricos, que no puede ser restringida y estereotipada como sinónimo directo de marketing político.

En general, en la literatura de comunicación política, algunos enfoques, como la manipulación de un solo tema, como la manipulación, priorizan el impacto de la comunicación política, mientras que otros priorizan el éxito de la comunicación política. En la dualidad de este enfoque simplificado, por un lado, se puede observar que la mayoría de los conceptos académicos, especialmente la filosofía o la teoría política crítica, ven en la comunicación política una fuerza generadora de opinión pública, una fuente de control.

Las declaraciones claramente despectivas y perturbadoras no significan que no haya cargos morales que rayen en la convicción. Reconocemos y valoramos cualquier impacto que pueda tener un impacto negativo en la democracia, pero no nos limitamos a la llegada de observadores pasivos, para bien o para mal, esta es ciertamente una práctica continua, muchas de las cuales están asociadas a nuevas formas de democracia.

Por otro lado, existen enfoques simplificados resultantes del control comercial de las actividades, incluida la peligrosa degradación sistemática, que requieren el poder de la comunicación política para presentar un argumento creíble para la acción mecánica y automatizada, que en muchos casos se deriva de una campaña llamada marketing político.

Si bien es cierto que nuevos modelos de democracia participativa están evolucionando a través de herramientas como el mundo digital, fomentando la gobernanza colectiva y la gobernanza abierta y comunicándose constantemente con la ciudadanía para dar respuesta a sus diversas inquietudes (Suárez, 2021). La comunicación política debe considerar cómo se pueden desarrollar las estrategias de comunicación, porque hoy es necesario desarrollarlas desde una perspectiva diferente y en armonía con la vida cotidiana de las personas. Los ciudadanos ya no se pueden contar como números o solo estadísticas y la comunicación ya no se puede hacer verticalmente porque dificulta la participación e interacción real de los ciudadanos.

Para que la comunicación política sea participativa debe ser un importante motor de esta nueva estrategia democrática, de modo que pueda influir en la forma en que percibimos y entendemos la política, y esto ha redundado en una mayor participación ciudadana y ciudadana en diversos procesos democráticos. Además de generar diversos procesos de investigación y comparación por parte de la academia, generar una cultura de construcción colaborativa que permita mantener de manera permanente un nuevo enfoque de comunicación de una población mucho más amplia, donde el protagonista es el ciudadano.

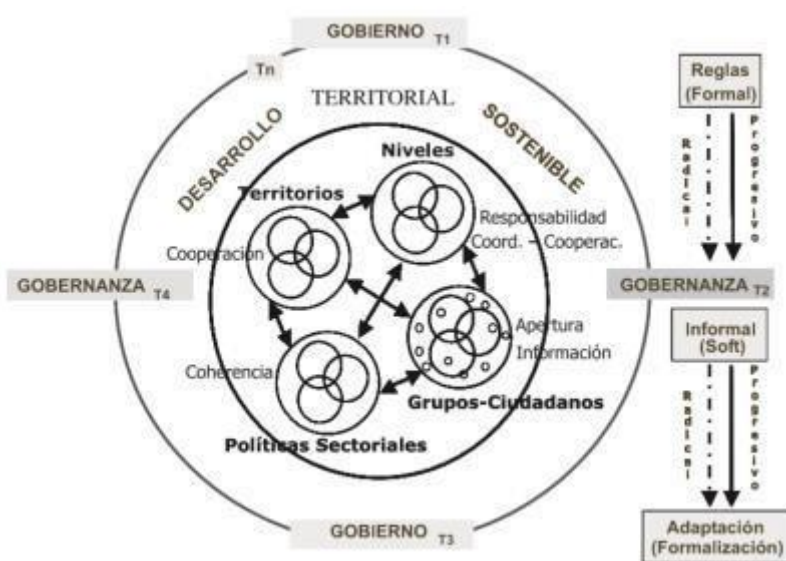
En la actualidad, las autoridades locales deben poder trabajar juntas de manera sostenible, así como con los ciudadanos, en una variedad de políticas y proyectos basados en las vidas y realidades de la gente común. Se necesita tecnología e investigación para escuchar constantemente demandas, preocupaciones y reclamos, y para reconocer y comprender las diversas emociones que suscitan los gobiernos y sus instituciones.

## 2.10. Gobernanza local

Casellas et al. (2013) considera que los diferentes actores que se han sumado al rol y responsabilidad del Estado en la toma de decisiones políticas se han beneficiado de las políticas regionales para la implementación y desarrollo de la gestión rural. La gobernanza local puede ser vista desde dos ángulos, el primero como un simple deseo de aplicar los principios de la buena gobernanza a la política local o como una forma más compleja, un proceso de diferente naturaleza, ya que su finalidad principal es la localidad. Para mayor comprensión se expone la figura 1 como modelo opcional para la llamada gestión de relaciones públicas.

**Figura 2.**

*Relaciones entre gobierno y gobernanza como proceso incremental*



Fuente: Acosta y Torres (Acosta & Torres, 2020)

La figura describe la gobernanza como un modelo opcional de gobernabilidad y muestra que la gobernanza y las relaciones con el Gobierno pueden verse como un proceso gradual en el que la gobernanza trasciende las limitaciones de las formas convencionales de gobernabilidad. Se puede imaginar que los principios de la buena gobernanza son: apertura, cooperación, rendición de cuentas, eficiencia y cohesión; contribuir sistemáticamente al alcance de los objetivos del desarrollo sostenible.

Farinos (2011) conceptualiza la gobernanza local como una práctica o proceso en el que se regulan diferentes relaciones, determinando interacciones entre actores y múltiples intereses que pueden surgir en la sociedad. Las organizaciones, han creado organizaciones comunes y locales con una visión basada en la identificación y desarrollo del capital territorial, que es la clave para la cohesión territorial sostenible a diferentes niveles, desde el local hasta el transnacional.

De igual manera, el autor concluye que la gobernanza territorial implica una nueva comprensión de la actividad pública, su estructura organizativa, la administración territorial y la implementación de políticas. jugamos el papel del desarrollo económico, la diplomacia

y las consultas entre los actores territoriales. Utilizar mecanismos de la administración pública que permitan una gestión territorial eficiente según las necesidades. Por ello, se ha propuesto para el presente caso de estudio analizar la gestión de la comunicación interna del GAD Parroquial de Valparaíso que ayudará al diseño de un plan comunicacional para fortalecer y mejorar la comunicación interna del GAD.

Parra Olmedo (2021) la oposición y el resentimiento de la gente hacia la disciplina política y sus diversas decisiones hizo que sea difícil de manejar; y la crisis política, social y económica continúa de vez en cuando mientras el gobierno ridiculiza a la gente. Los ciudadanos se han convertido en los verdaderos protagonistas de la historia. Hoy los gobiernos locales no pueden gobernar al revés y mucho menos tomar decisiones sin coordinación y construcción con los vecinos.

### **2.11. Guano**

Según las estimaciones vigentes Guano (2022) es un cantón de la Provincia de Chimborazo, el cual posee actualmente una población aproximada de 48.395 personas y una relación hombres/mujeres prácticamente equilibradas. Por su perfil etéreo, se caracteriza por tener una población joven ya que el 46,8 % son menores de 20 años. Las mujeres predominan en la población por 52,6%. A su vez las estimaciones muestran que el crecimiento promedio anual de la población continúa creciendo en un ritmo del 0,2 % anualmente.

El cantón Guano tiene una extensión de 473 km<sup>2</sup>, y su rango de altitud va desde los 2.000 hasta los 6.310 msnm a causa del Chimborazo. Su economía se basa en la elaboración de artesanías de tejidos de lana y manufactura (alfombras, la curtiembre, confección manual de calzado, etc.). El cantón limita al norte con Tungurahua, al Sur y al oeste con Riobamba, y al Este con el río Chambo.

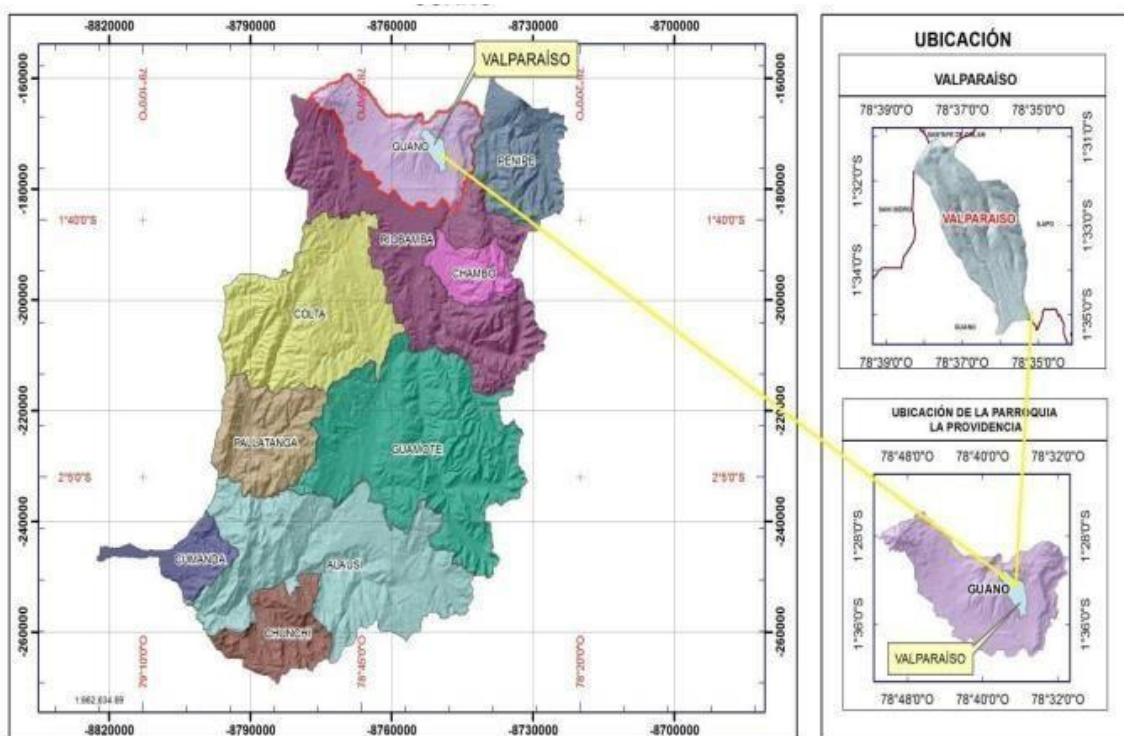
Según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, la pobreza es del 83,44% de la población total del Cantón y la pobreza extrema es del 49,96%. Abarca 473,3 km<sup>2</sup>, lo que representa el 7% de la provincia. La temperatura promedio es de 17°C. El clima varía desde el valle plano hasta la montaña nevada más alta. Por este motivo, existen todo tipo de vegetación, incluida la de los páramos.

### **2.12. Valparaíso**

La parroquia de Valparaíso con una superficie de 2.144,3 hectáreas se encuentra ubicada en el cantón Guano. La parroquia se encuentra a 2810 y 4160 metros de altitud. La localidad de Valparaíso tiene un clima cambiante debido a las estaciones que se presentan a lo largo de los meses del año.

**Figura 3.**

*Ubicación de parroquia Valparaíso*



Fuente: GAD de Valparaíso (2015)

La parroquia delimita al norte con Santa Fe de Galán, al Sur con La Matriz, al Este con Ilapo y al Oeste con La Matriz y San Isidro. Debido a su altitud, la Parroquia posee distintos modelos meteorológicos: Ecuatorial de Alta Montaña y Ecuatorial Mesotérmico Semi-Húmedo, la primera tiene una temperatura que oscila entre los 10 y 12°; mientras que la segunda posee un clima de 4 a 10°.

Según datos oficiales del Sistema Nacional de Información (SNI), Valparaíso registra 404 ciudadanos, los hombres predominan en la población por el 52%. Por ello en gran medida la parroquia se dedica a la agricultura y ganadería como principal actividad económica.

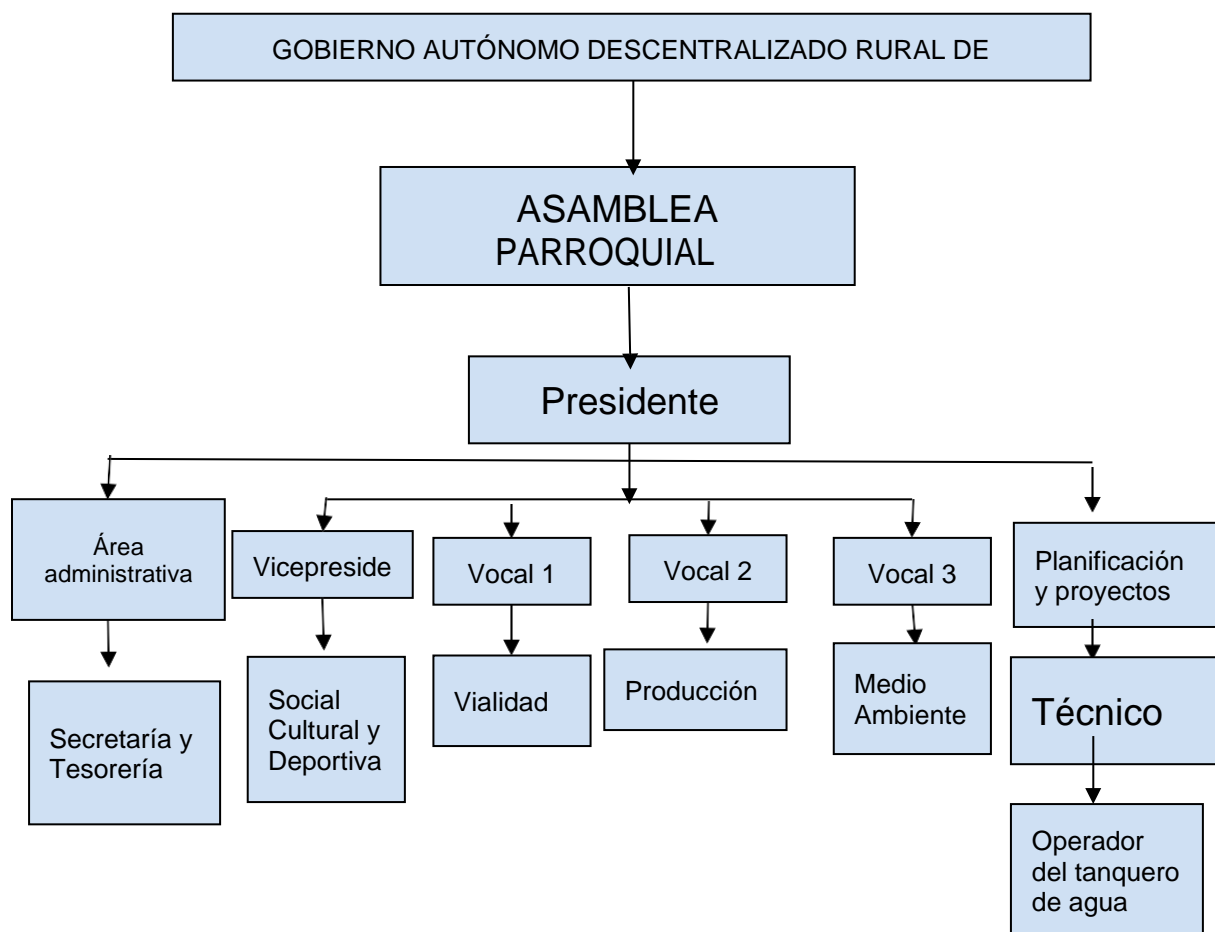
### **2.13. Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Valparaíso**

El GAD parroquial de Valparaíso-Guano es la institución encargada de la administración, mantenimiento y explotación de los bienes del sector público en beneficio de sus habitantes dentro de los límites de la Constitución y la ley. Por lo tanto, el GAD debe entregar servicios públicos que satisfagan las necesidades de las comunidades sobre las que tiene autonomía política, financiera y administrativa.

El GAD PARROQUIAL tiene la siguiente estructura orgánica funcional:

**Figura 4.**

*Estructura orgánica funcional GAD Parroquial Valparaíso*



Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

Fuente: Entrevista a Klever Altamirano Técnico del GAD Parroquial

## 2.14. Organización:

El Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de Valparaíso se encuentra organizado por dos tipos de funcionarios:

1. Autoridades que son las de elección popular mediante el sufragio.
2. Empleados que son los trabajadores que son contratados para prestar sus servicios en el GAD Parroquial.

Dentro del GAD Parroquial laboran 10 funcionarios mismos que son los siguientes:

Mauro Zuñiga-Presidente

Klever Saigua-Vicepresidente

Milton Orozco-Vocal 1

Fausto Hidalgo-Vocal 2



Rubén Hidalgo-Vocal 3

Ángel Calderón- Secretario/Tesorero

Klever Altamirano-Técnico Proyectos

Eduardo Guayunlema-Operador del tanquero

## **2.15. Comunicación Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Valparaíso**

La comunicación es un elemento inseparable de la vida humana por ende siempre ha estado presente en sus ritos e instituciones, así en nuestra sociedad ecuatoriana ha existido diferentes formas de comunicación en las diferentes instituciones o dependencias gubernamentales; pero para poder establecer un sistema estandarizado de comunicación en todos las dependencias gubernamentales debemos remontarnos hacia el año 2007 y el Gobierno de Rafael Correa donde se creó la Secretaría Nacional de Planificación para planificar el desarrollo del país donde uno de sus ejes transversales fue la creación de las Direcciones de Comunicación con una serie de lineamientos y políticas para todo el aparato estatal en torno al llamado Plan Nacional del Buen Vivir.

Ahora a partir de mayo de 2019 la Secretaría Nacional de Planificación fue reemplazada por la Secretaría Técnica de Planificación “Planifica Ecuador” que es la encargada de la planificación nacional basada en una visión a largo plazo a través del Plan Nacional de Desarrollo con enfoque nacional y sectorial en todos sus entes Descentralizados como Consejos Provinciales, Municipios, Juntas Parroquiales y demás; seguidos por los procesos de monitoreo, seguimiento y evaluación de su cumplimiento para la designación de presupuestos.

Por consiguiente, el GAD Parroquial de Valparaíso debe cumplir con todos estos lineamientos y obligaciones establecidos en estos planes, por lo que su comunicación interna se efectúa por canales e instrumentos oficiales establecidos en la normativa, como memorandos, convocatorias, oficios.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA.

#### 3.1. Tipo de investigación

##### 3.1.1. Sincrónica:

Abad et al. (2009) son aquellas que estudian fenómenos que se dan en un corto período (p.13). El estudio es sincrónico debido a que busca identificar el tipo de comunicación interna efectuada en el GAD Parroquial de Valparaíso durante la pandemia.

##### 3.1.2. Explicativa:

Para (Díaz 2016) “las investigaciones explicativas son aquellas que están destinadas al descubrimiento de las leyes esenciales que pueden dar cuenta del porqué existen tales o cuales propiedades y del porqué estas propiedades pueden asociarse entre sí” (p. 118).

Esta investigación es de tipo explicativa debido a que se determinarán las causas que originaron inconvenientes en la comunicación interna del GAD Parroquial de Valparaíso durante la pandemia, de esta manera se diagnosticará su gestión y podrá elaborar una propuesta acorde a las necesidades del objeto de estudio.

#### 3.2. Diseño de la investigación

##### 3.2.1. No experimental:

Hernández, Fernández y Baptista (2014) explican que:

La investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa, y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural (p. 153).

La investigación se basó en un diseño no experimental, dado que las variables del estudio no fueron manipuladas, dando la oportunidad al objeto de estudio de manifestarse naturalmente sobre la comunicación interna en el GAD Parroquial de Valparaíso durante la pandemia.

#### 3.3. Variables

Variable independiente: Comunicación interna

Variable dependiente: Gestión comunicacional

### 3.4. Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables:*

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Variable independiente = Comunicación interna	Para Balarezo (2016) la comunicación interna es la función responsable de las comunicaciones efectivas entre los participantes dentro de una organización.	Tipos de comunicación interna	Comunicación intrapersonal	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
			Comunicación interpersonal	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
			Comunicación institucional	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de preguntas
Variable dependiente= Gestión comunicacional	Según Egas y Yance (2018) es la herramienta que ayuda a organizaciones a definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva.	Estrategias de comunicación tradicionales	Difusión de información del Gad por medios tradicionales	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de preguntas
			Estrategias de comunicación digital	Difusión de información del Gad por medios digitales
			Contenidos difundidos por el Gad	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

			<p>Incidencia de la comunicación interna del Gad durante la pandemia</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
--	--	--	--	---

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

### 3.5. Métodos de análisis

#### 3.5.1. Cuantitativa:

El enfoque cuantitativo se caracteriza por “refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación; además, el investigador plantea un problema de estudio delimitado y concreto sobre el fenómeno. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas” (Soto & Durán, 2010, p. 23). La investigación es de tipo cuantitativo debido a que se aplicaron técnicas que recolectarán datos que serán medidos de forma numérica con la intención de identificar particularidades que competen a la comunicación interna del GAD Parroquial de Valparaíso.

#### 3.5.2. Cualitativa:

Cadena et al. (2017), consideran que:

La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, la relación y estructura dinámica (...) para la recopilación de datos tienen una función muy importante en la evaluación de impacto, ya que proporcionan una valiosa información para comprender los procesos que existen tras los resultados. (p. 1606)

La investigación es de carácter cualitativo dado que se emplearon técnicas de recolección que miden las variables del estudio de forma subjetiva, categorizando los hechos que afectan el GAD parroquial del Valparaíso y de esa manera poder diagnosticar su gestión.

### 3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

#### 3.6.1. Técnicas:

##### 3.6.1.1. Entrevista

Fidias (2016) señala que:

La entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida (p. 73).

El uso de esta técnica se dio con la finalidad de saber a profundidad sobre la opinión del departamento de comunicación del GAD parroquial de Valparaíso, con la intención de saber cómo se desarrolló la comunicación interna del mismo en tiempos de pandemia, esto para identificar cómo se realiza esta acción en situación de emergencia.

### 3.6.1.2. Encuesta

Fidias (2016) “define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular” (p.71). Con base en lo ya mencionado se elaboró un cuestionario con preguntas que caracterizan la comunicación interna del GAD parroquial de Valparaíso en tiempos de pandemia.

### 3.6.2. Instrumentos:

#### 3.6.2.1. Guía de preguntas de la entrevista

Se define como guion de entrevista, a las preguntas y puntos a tratar que un entrevistador realiza al entrevistado, dicho formato está estructurado por preguntas abiertas que permitan saber de forma directa la opinión de un experto sobre una temática específica.

En el presente trabajo el guion de entrevista se compone de 8 preguntas abiertas, dirigidas al Departamento de Comunicación del GAD PARROQUIAL de Valparaíso y para establecer el criterio técnico se elaboró también una guía de preguntas dirigidas a un especialista en Comunicación Organizacional.

**Tabla 2.**

*Perfil especialista*

Perfil del especialista en Comunicación Organizacional	
Nombre:	Agustín Andrés Cueva Villamarín
Edad:	33 años
Títulos profesionales:	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social Master en Comunicación Política Master en Dirección Empresarial y Organizacional

Especialización	Dir.Com Comunicación Política
Líneas de Investigación	Sistemas de Comunicación Imagen Corporativa Cultura Corporativa Filosofía Corporativa
Lugar de Trabajo	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Cargo	Analista de Comunicación y Relaciones Públicas
Encargado de manejar la comunicación interna y externa de la ESPOCH y todo lo concerniente a sus relaciones públicas.	

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera.

**Tabla 3.**

*Perfil del Técnico del GAD*

Perfil del Técnico del GAD PARROQUIAL	
Nombre:	Klever Altamirano
Edad:	45 años
Títulos profesionales:	Ingeniero en Sistemas
Encargado de socializar proyectos con la población y con las autoridades del GAD PARROQUIAL	

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera.

**Tabla 4.**

*Perfil presidente del GAD*

Perfil del presidente del GAD PARROQUIAL	
Nombre:	Mauro Zuñiga
Edad:	48 años
Ocupación:	Agricultor y Ganadero
Principal autoridad del GAD PARROQUIAL, es quien dirige los procesos	

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera.

### **3.6.2.2. Cuestionario**

Fidias (2016) define:

Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador (p. 74).

Se aplicó el cuestionario de 11 preguntas cerradas a los colaboradores del GAD Parroquial de Valparaíso, para diagnosticar la comunicación interna de la Institución, y de esta forma poder mejorar los problemas comunicacionales encontrados en tiempos de COVID-19 y posterior a la pandemia.

### **3.7. Población y muestra**

Para Hernández (2015) “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 65). En esta investigación la población se compone de los colaboradores GAD parroquial de Valparaíso – Guano.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p. 175). Para la realización de esta investigación se utilizó una muestra no probabilística por afinidad, debido a que la muestra responde a ser una de particularidades para ser seleccionada, por tal motivo la muestra está estructurada por 6, que son los funcionarios restantes al Presidente y Técnico del GAD Parroquial que ya fueron entrevistados en torno a su manejo comunicacional por lo que al ser los encargados directos no se los encuestó a fin de que sus respuestas no opaquen a las de sus compañeros.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Resultados de encuestas aplicadas al personal del GAD Parroquial de Valparaíso

Preguntas de encuesta

1.- Edad de los encuestados

**Tabla 5.**

*Edad de los encuestados:*

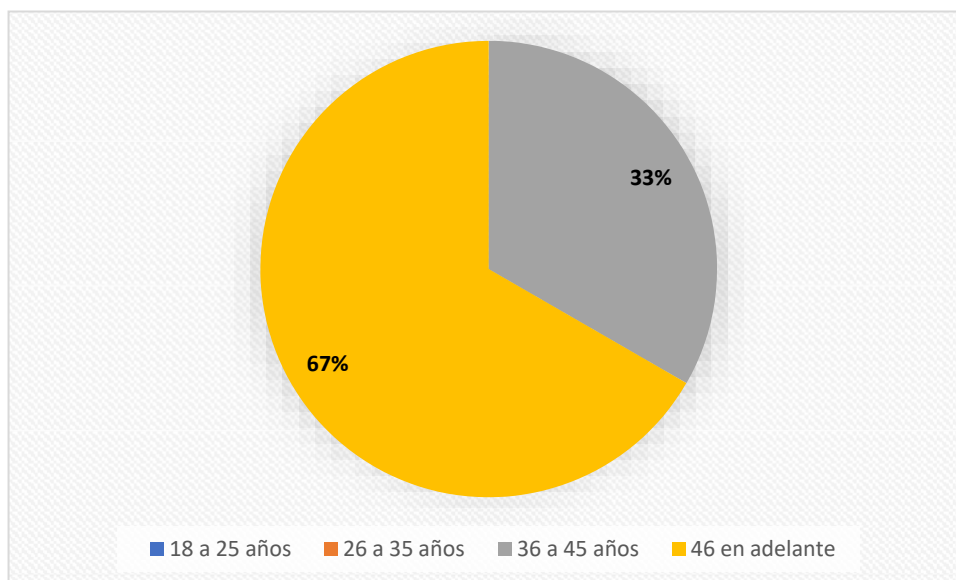
DETALLE	Absoluta	Relativa
18 a 25 años	0	0%
26 a 35 años	0	0%
36 a 45 años	2	33%
46 en adelante	4	67%
TOTAL	6	100%

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 5.**

*Edad de los encuestados*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.



**Análisis:** En la pregunta 1 realizada a los encuestados en el GAD Parroquial de Valparaíso-Guano, para saber la edad y el resultado es que un 67% corresponden. la edad de 46 años en adelante, y el 33% están en una edad promedio de 36 a 45 años.

## 2.-Sexo de los encuestados:

**Tabla 6.**

*Sexo de los encuestados*

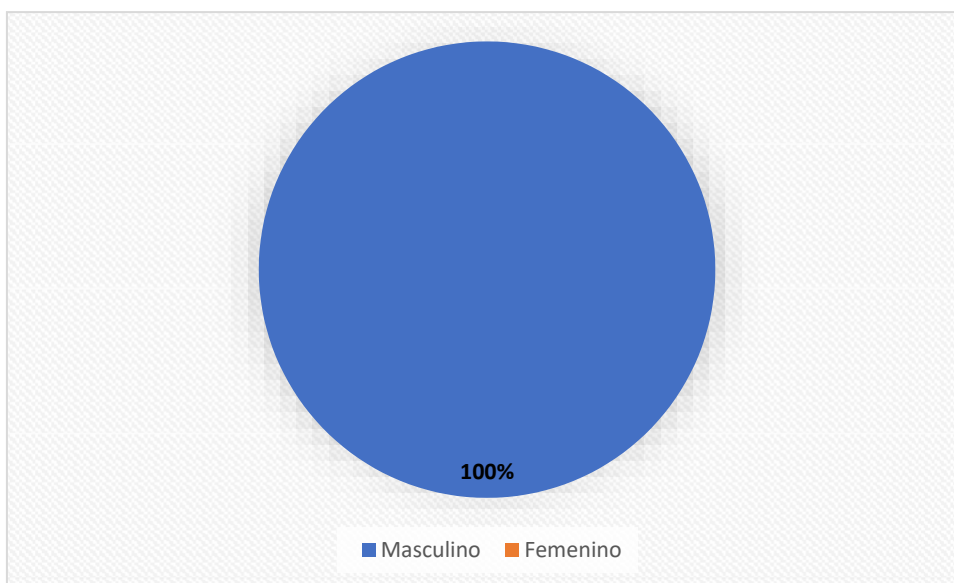
DETALLE	Absoluta	Relativa
Masculino	6	100%
Femenino	0	0%
TOTAL	6	100%

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 6**

*Sexo de los encuestados*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** En la pregunta 2 realizada a los encuestados en el GAD Parroquial de Valparaíso-Guano para saber a qué sexo corresponden y el 100% es del sexo masculino.

## 1. En general, ¿cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna del GAD Parroquial de Valparaíso con sus empleados?

**Tabla 7.**

*Grado de satisfacción*

DETALLE	Absoluta	Relativa
Nada satisfecho	0	0%

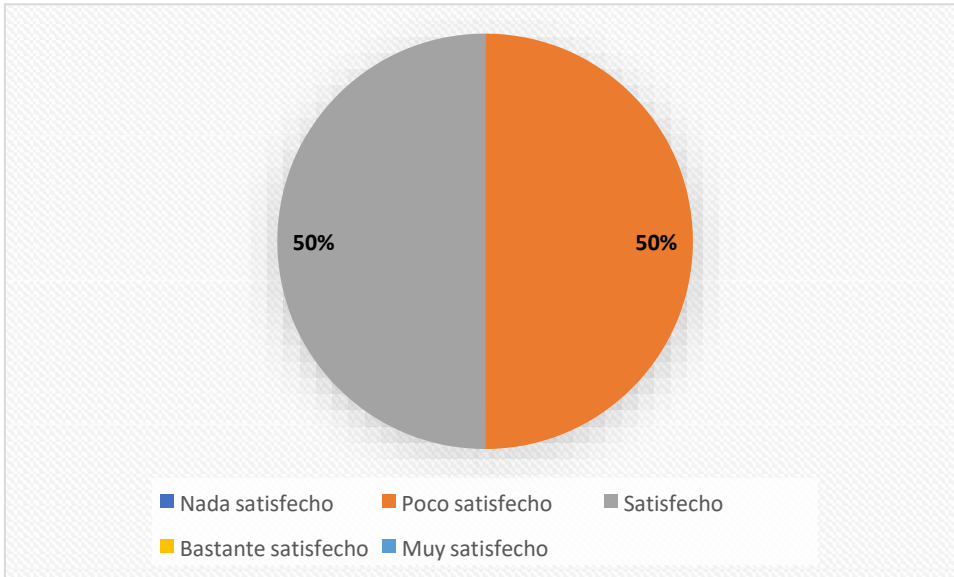
Poco satisfecho	3	50%
Satisfecho	3	50%
Bastante satisfecho	0	0%
Muy satisfecho	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 7.**

*Grado de satisfacción*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** de la totalidad de los encuestados, el 50% se muestran poco satisfechos con la comunicación interna del GAD Parroquial de Valparaíso, mientras que el otro 50% manifiesta estar satisfecho con la gestión de la comunicación interna que tiene el GAD Parroquial de Valparaíso con sus colaboradores. En este sentido la comunicación interna que se desarrolla en esta Institución no se lleva a cabo de forma correcta, lo que provoca malestar en la mitad de sus trabajadores.

**2. ¿Cree que la comunicación interna que se da en el GAD Parroquial (la que usted recibe) favorece que el empleado conozca lo que ocurre dentro institución y los valores de la misma?**

**Tabla 8.**

*Conocimiento de las ocurrencias internas*

DETALLE	Absoluta	Relativa
Totalmente de acuerdo	1	17%
De acuerdo	2	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	50%

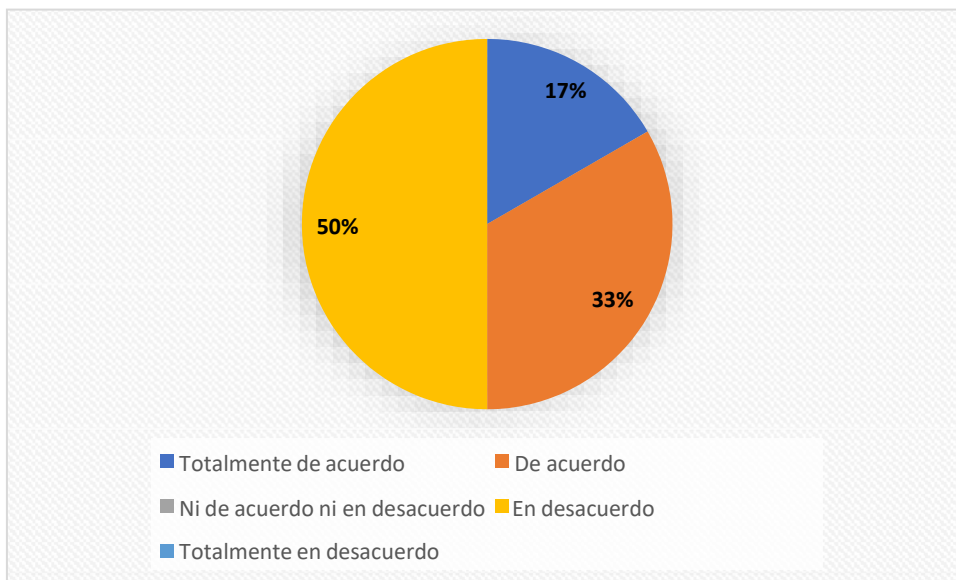
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 8.**

*Conocimiento de las ocurrencias internas*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** con base a los resultados obtenidos se identificó que, el 50% de encuestados se muestran en desacuerdo al considerar que la comunicación interna del GAD Parroquial no favorece a que el empleado conozca lo que ocurre en la Institución y los valores de la misma; por su parte el 33% se muestra de acuerdo, y el 17% restante afirma estar totalmente de acuerdo. Bajo estos datos se puede decir que la comunicación interna que maneja el GAD Parroquial no está cumpliendo con su función de informar las actividades que se desarrollan dentro de la misma, y está fallando en difundir los valores institucionales entre sus colaboradores, por lo cual no sería de extrañar si los trabajadores muestran falta de apego al GAD.

### 3. En caso de contestar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo ¿A qué cree que se debe esto?

**Tabla 9.**

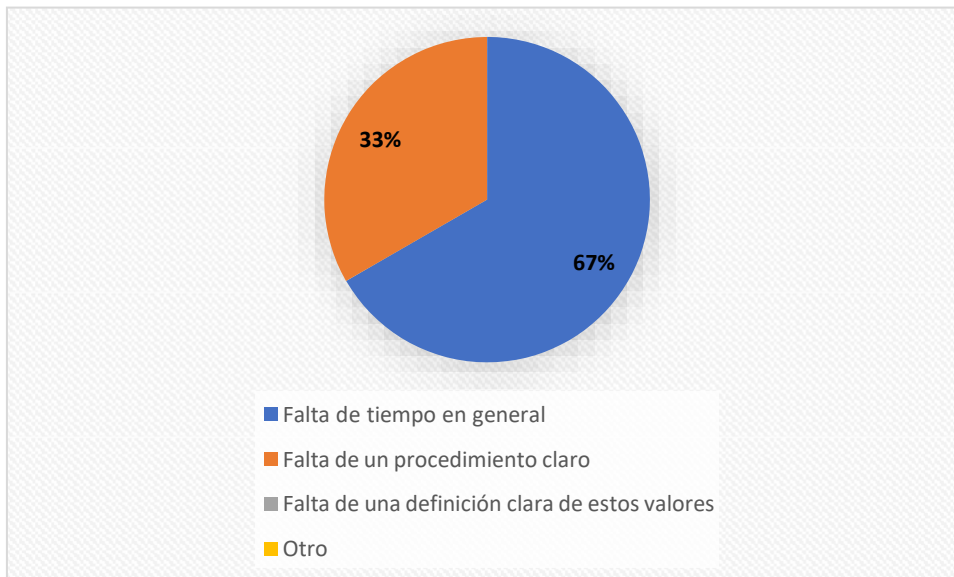
*Faltas notadas*

DETALLE	Absoluta	Relativa
Falta de tiempo en general	4	67%
Falta de un procedimiento claro	2	33%
Falta de una definición clara de estos valores	0	0%
Otro	0	0%

TOTAL

6

100%

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del Parroquial de Valparaíso – Guano.**Figura 9.***Faltas notadas***Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** del 100% de los encuestados, el 67% de encuestados consideran que las fallas en la comunicación interna del GAD Parroquial se deben a la falta de tiempo en general, mientras que el 33% cree que la falta de un procedimiento claro es el factor que afecta a la comunicación interna. Los datos dejan en evidencia que no existe una organización clara del procedimiento comunicacional y a su vez que la falta de tiempo en el mismo es el que ha impedido que la comunicación interna se realice de forma óptima.

#### 4. En términos generales ¿Cómo valora la efectividad en la comunicación con su jefe ocoordinador?

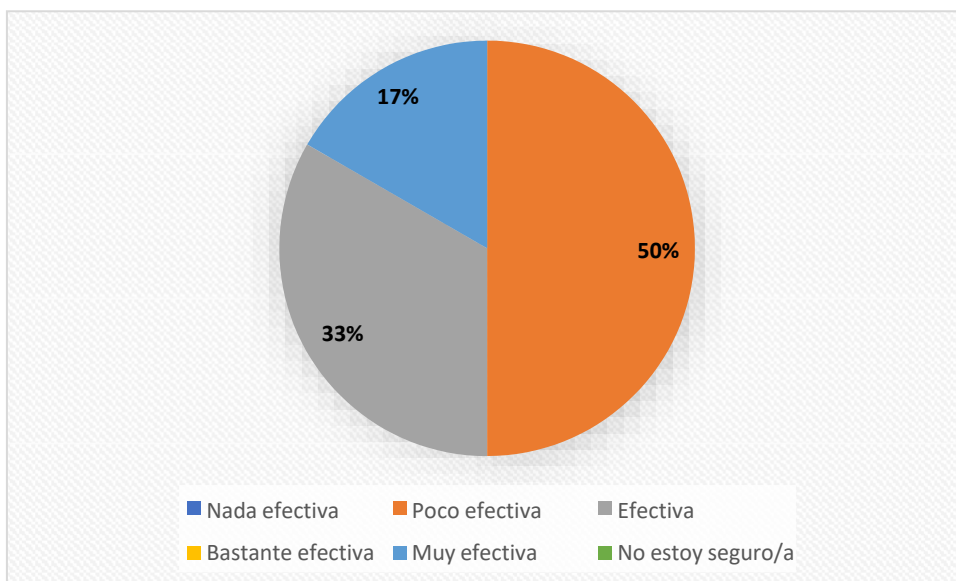
**Tabla 10.***Efectividad de la comunicación*

DETALLE	Absoluta	Relativa
Nada efectiva	0	0%
Poco efectiva	3	50%
Efectiva	2	33%
Bastante efectiva	0	0%
Muy efectiva	1	17%
No estoy seguro/a	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 10.**

*Efectividad de la comunicación*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** de la totalidad de los encuestados, el 50% valora como poco efectiva la comunicación con su jefe o coordinador, el 33% lo considera efectiva, mientras que el 17% restantes afirma que es muy efectiva. Las respuestas obtenidas corroboran cómo la falta de una comunicación interna óptima puede afectar a la comunicación efectiva en la institución, dado que la comunicación que tienen los empleados con su superior no se realiza acorde a lo esperado en plan comunicacional.

**5. ¿Cuál de los siguientes canales de comunicación utiliza su jefe o coordinador? Puede señalar varios:**

**Tabla 11.**

*Canales de comunicación más usados*

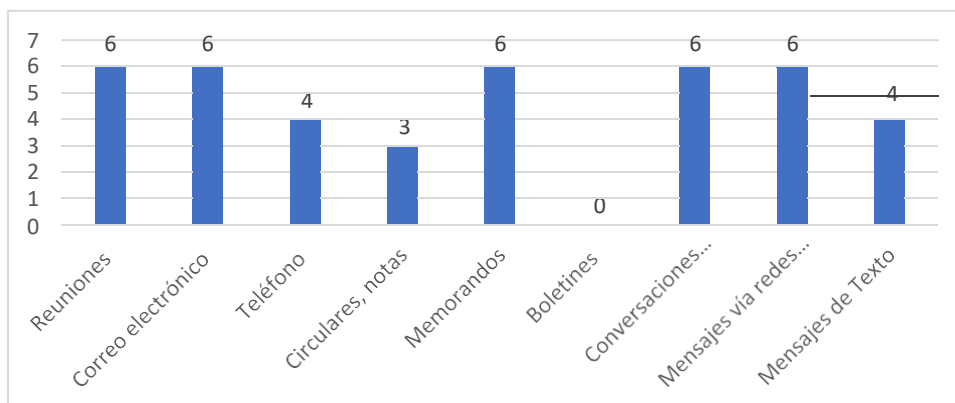
DETALLE	Absoluta	Relativa
Reuniones	6	15%
Correo electrónico	6	15%
Teléfono	4	10%
Circulares, notas	3	7%
Memorandos	6	15%
Boletines	0	0%
Conversaciones casuales	6	15%
Mensajes vía redes sociales (Facebook Messenger, Whatsapp, Instagram, etc)	6	15%
Mensajes de Texto	4	10%
TOTAL	41	100%

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 11.**

*Canales de comunicación más usados*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** entre los canales de comunicación que más emplea el jefe o coordinador con los colaboradores se identificó que el 15% considera que son las reuniones, el 15% correo electrónico, 15% memorandos, 15% mensajes vía redes sociales, 15% conversaciones casuales, 10% teléfono, 10% mensajes de texto, mientras que el 7% restante menciona que son los circulares y notas. Estos datos dejan en evidencia que los canales comunicacionales con mayor uso del GAD se basan en canales electrónicos como mails y el tradicional cara a cara.

## 6. ¿Usted habla libremente y se puede comunicar con su jefe directo y otros trabajadores del GAD Parroquial?

**Tabla 12.**

*Libertad de comunicación*

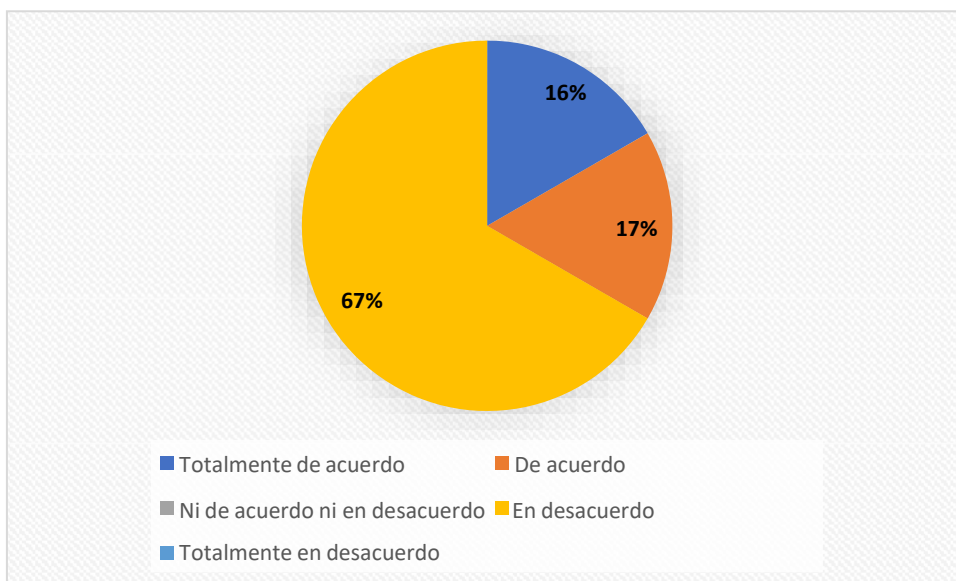
DETALLE	Absoluta	Relativa
Totalmente de acuerdo	1	17%
De acuerdo	1	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	4	67%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	6	100%

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 12.**

*Libertad de comunicación*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** con base a los resultados obtenidos, se evidencio que, el 67% está totalmente en desacuerdo sobre la libertad de comunicación que puede tener con su jefe y sus compañeros de trabajo en el GAD Parroquial, el 17% se muestra totalmente de acuerdo, y el 17% de acuerdo. La falta de confianza en comunicarse libremente en el GAD se puede decir que es en gran medida lo que afecta la comunicación interna de la institución, y se asume es el motivo por el cual la gestión no se genera de forma efectiva.

**7. ¿Tiene todo lo necesario para realizar tu trabajo?**

**Tabla 13.**

*Medios de realización*

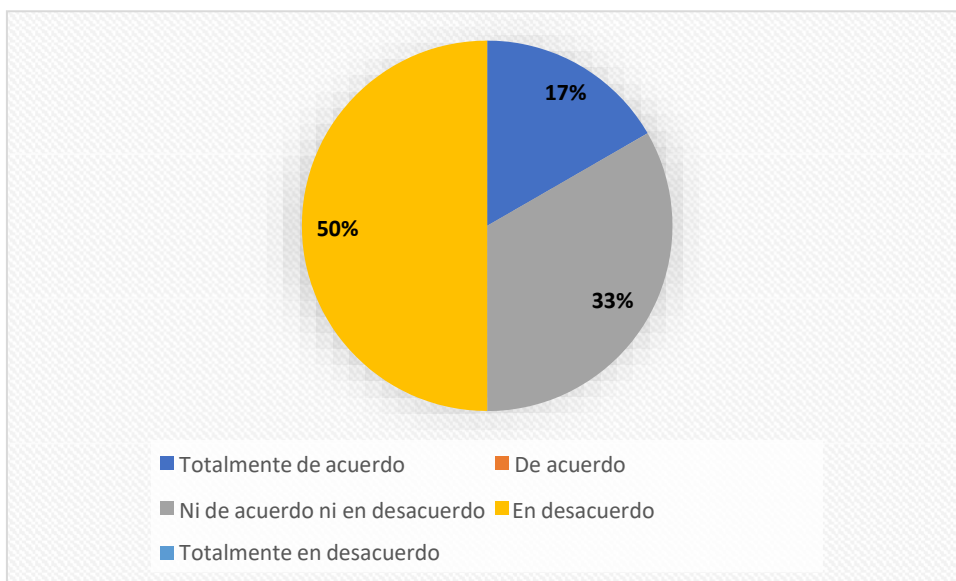
DETALLE	Absoluta	Relativa
Totalmente de acuerdo	1	17%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	33%
En desacuerdo	3	50%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	6	100%

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 13.**

*Medios de realización*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** de la totalidad de los encuestados, el 50% se muestra en desacuerdo sobre tener lo necesario para realizar tu trabajo, el 33% no se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 17% restante está totalmente de acuerdo en tener los recursos que necesitan para desempeñar su trabajo. Por lo cual se puede decir que la falta de recursos afecta el desempeño de las funciones internas del GAD Parroquial.

**8. ¿Cree que la información que brinda el GAD Parroquial de Valparaíso sobre las actividades realizadas está dirigida hacia toda la comunidad?**

**Tabla 14.**

*Enfoque de la información brindada*

DETALLE	Absoluta	Relativa
Totalmente de acuerdo	1	17%
De acuerdo	1	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	33%
En desacuerdo	2	33%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

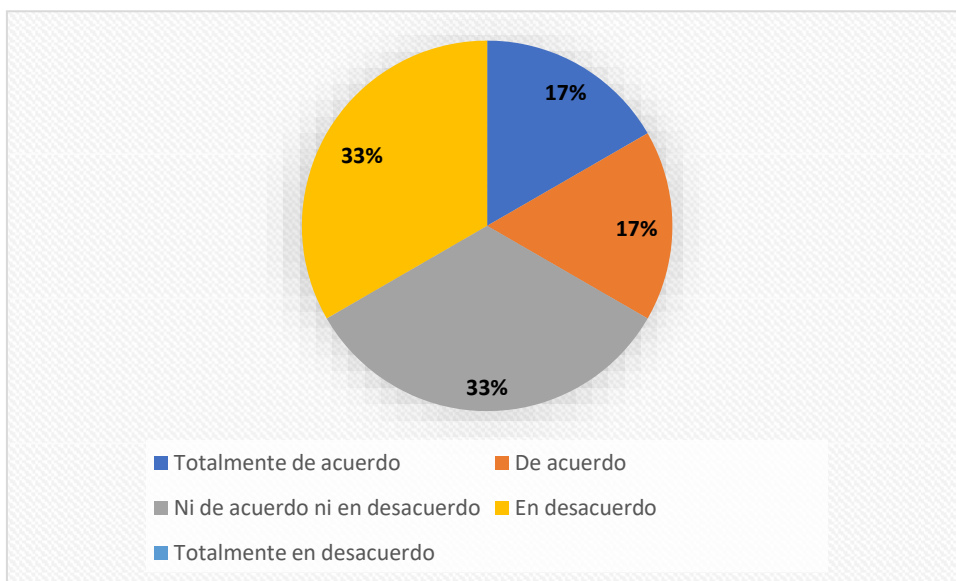
**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.



**Figura 14.**

*Enfoque de la información brindada*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** del 100% de los encuestados, el 33% está en desacuerdo al indicar que la información que brinda el GAD Parroquial sobre las actividades realizadas está dirigida hacia toda la comunidad, el 33% no se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 17% se muestra totalmente de acuerdo, y el 17% restante está totalmente de acuerdo. Estos datos dejan en evidencia la falta de gestión comunicacional que tiene el GAD Parroquial con su público externo, por lo cual no sería de extrañar que la población esté desinformada sobre las actividades que lleva a cabo el GAD y por ende tenga una imagen negativa de la Institución.

## 9. ¿Cree que la comunicación interna (que existe dentro) influye en la satisfacción laboral de los Colaboradores del GAD Parroquial de Valparaíso?

**Tabla 15.**

*Influencia laboral*

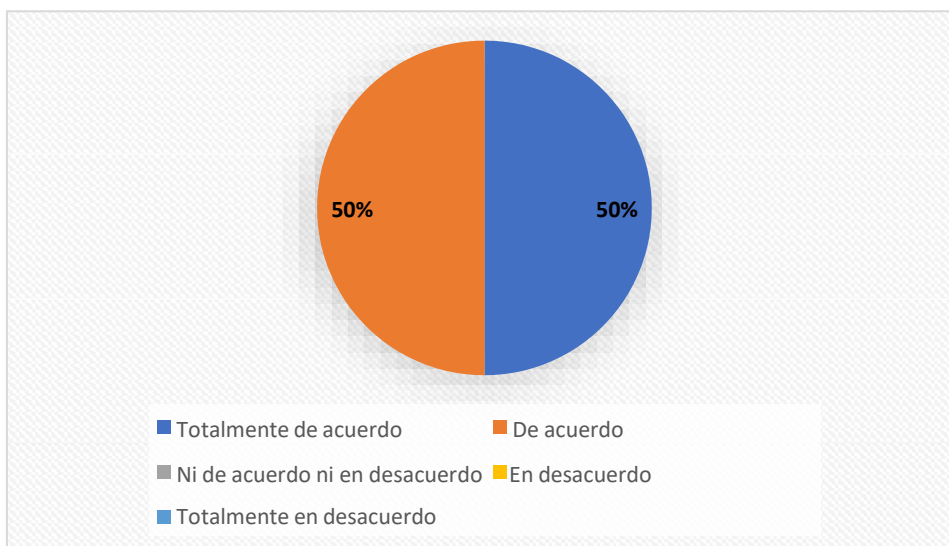
DETALLE	Absoluta	Relativa
Totalmente de acuerdo	3	50%
De acuerdo	3	50%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 15.**

*Influencia laboral*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** con base a los resultados obtenidos, se evidenció que, el 50% están totalmente de acuerdo en que la comunicación interna influye directamente en la satisfacción laboral de los colaboradores del GAD Parroquial, mientras que el 50% se muestra de acuerdo en la relación que tienen estas variables. Se identifica que la mala gestión de la comunicación interna afecta la satisfacción laboral de los trabajadores del GAD Parroquial y por ende su rendimiento en su trabajo, por lo que resulta necesario mejorar la comunicación de la institución para mejorar los aspectos que se desembocan de este proceso.

**10. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza el GAD Parroquial de Valparaíso para informar sobre la gestión a la población externa?**

**Tabla 16.**

*Medios de comunicación del GAD*

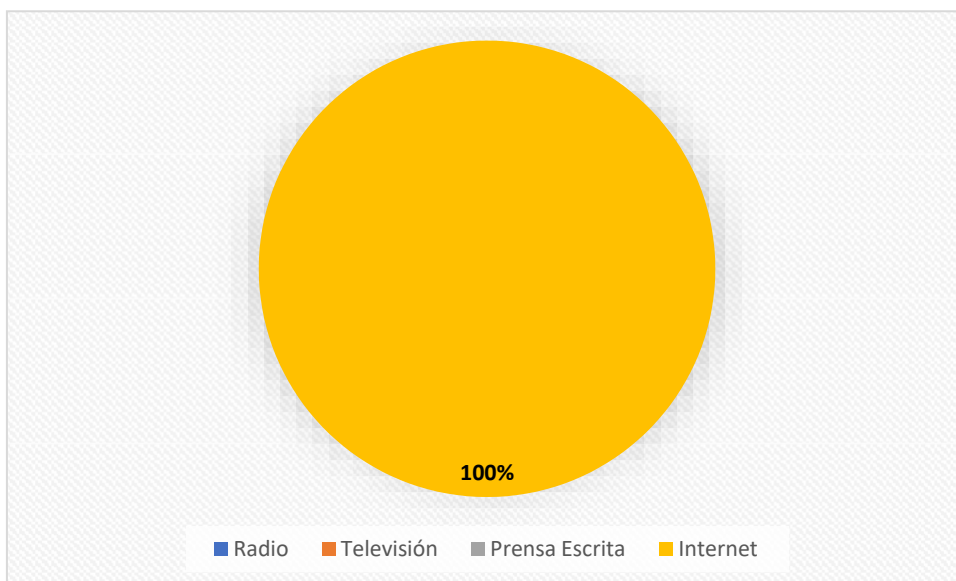
DETALLE	Absoluta	Relativa
Radio	0	0%
Televisión	0	0%
Prensa Escrita	0	0%
Internet	6	100%
TOTAL	6	100%

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 16.**

*Medios de comunicación del GAD*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** de la totalidad de los encuestados, el 100% afirma que el medio que emplea el GAD Parroquial de Valparaíso para informar sobre la gestión a la población externa es a través del internet. Si bien los medios digitales son un medio efectivo de comunicación, las personas que no tengan conectividad no podrán informarse sobre las actividades que realiza el GAD Parroquial.

**11. ¿Cree que la comunicación externa utilizada por el GAD Parroquial de Valparaíso es la adecuada?**

**Tabla 17.**

*Comunicación externa del GAD*

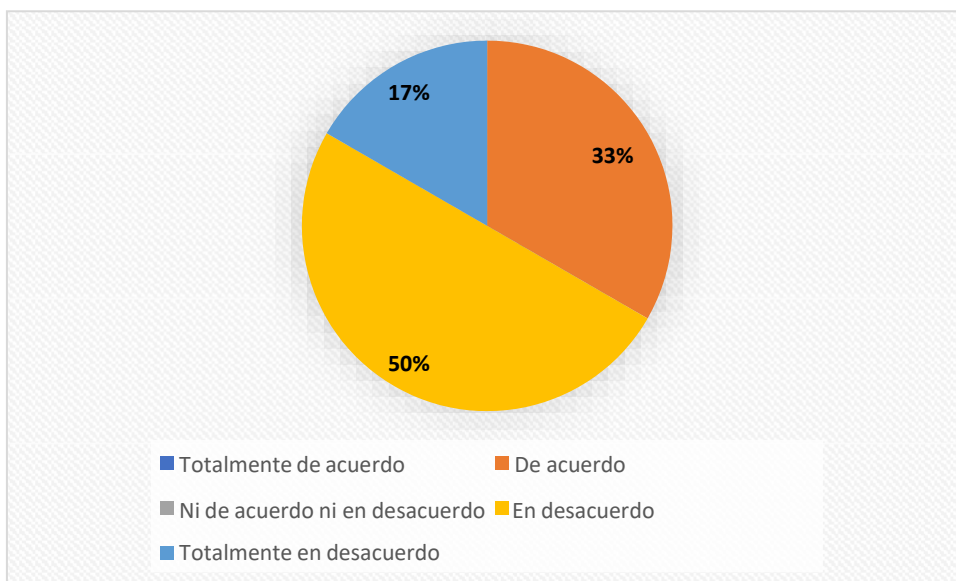
DETALLE	Absoluta	Relativa
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	2	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	50%
Totalmente en desacuerdo	1	17%
TOTAL	6	100%

**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Figura 17.**

*Comunicación externa del GAD*



**Autor:** Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados del GAD Parroquial de Valparaíso – Guano.

**Análisis:** del 100% de los encuestados, el 50% se muestra en desacuerdo sobre lo adecuada que es la comunicación externa utilizada por el GAD Parroquial, el 33% afirma estar de acuerdo, y el 17% restante totalmente en desacuerdo. La falta de una correcta gestión de los canales de comunicación del GAD, han generado la mala comunicación externa de la institución y por ende la posible producción de malos entendidos con la población sobre las actividades que realiza la misma.

## 4.2. Entrevistas

### Preguntas de entrevista

**Tabla 18.**

*Entrevista a Agustín Andrés Cueva Villamarín, analista de comunicación y relaciones públicas en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*

Pregunta	Respuesta
1. ¿Por qué es importante manejar una estrategia comunicacional para el correcto funcionamiento y desarrollo de una institución?	Dentro de lo que tú hablas se puede mencionar el plan estratégico de comunicación que es indispensable en toda organización, ya que esto se basa en un documento, y ese documento nos permite hacer acciones para ejecutarlas y en base a eso nosotros definir una problemática, para plantear objetivos e indicadores, que necesariamente tienen que ser monitoreados dentro de una estrategia. Además, me gusta mucho un concepto que lo planteaba Paul Capriotti en el plan estratégico de comunicación, establece que es que recoge, sistematiza y presenta todo el proceso estratégico. Permite formalizar, estructurar, visualizar y tangibilidad los análisis

	<p>realizados en las diferentes instituciones que se toman para la planificación y la actuación.</p> <p>Y quien es la persona de elaborar el plan de comunicación, es el estratega el líder el comunicador social, el coordinador, el jefe de comunicación, como se lo llame en institución pública o privada, siempre va a haber un líder una cabeza de comunicación. Por tanto, este plan de comunicación es el que define los objetivos intangibles y nos da una notoriedad pública y sobre todo para el posicionamiento de la marca para que nosotros saber que pretendemos lograr en cada ejercicio y actividades de comunicación.</p>
<p>2. ¿Considera que existe una gestión estratégica de la comunicación en el sector público, especialmente en los gobiernos autónomos descentralizados de nuestra provincia? ¿Por qué lo considera así?</p>	<p>Considero que no, ya que comunicación sobre todo en las instituciones públicas tiene la intención de desarrollar un proceso de consolidación e información integral sobre la base de la coordinación al cual no se ha visibilizado, porque sus principales actividades o hitos sirven para mejorar la generación de los mensajes que nosotros mandamos la publico externo con el objetivo de fortalecer la imagen y la gestión institucional, y no se la hace.</p> <p>Te pongo un ejemplo, en el cual yo definiendo lo que te estoy comentando que no se maneja sobre todo en las instituciones públicas, es por los problemas que vemos a diario, en toda entidad gubernamental siempre tenemos desconfianza de los empleados siempre vemos que no hay sentido de pertenencia, vemos a falta de conocimiento de los objetivos de la empresa, vemos el desconocimiento de la cultura organizacional, que nos falta compromiso; vemos que se difunden rumores; vemos que pasan crisis sin que se solucionen; vemos baja motivación en el personal; vemos baja productividad; vemos alta rotación de empleados que entran y salen.</p> <p>Y todo eso se genera por falta de comunicación que no se genera en un plan orgánico de comunicación. Por tanto, respondiendo a la pregunta y reitero, no existe un plan de comunicación en las instituciones públicas.</p>
<p>3. ¿Por qué la comunicación interna es clave para el funcionamiento de una empresa o una institución del sector público?</p>	<p>Al hablar de comunicación interna hablamos de una de las cosas más importantes a nivel de comunicación, ¿no?, porque uno de los principales pilares del plan estratégico de comunicación es la elaboración del plan, en la cual tú elaboras un plan de comunicación, estudias la comunicación interna, haces un análisis que ustedes lo conocen como DAFO, en las entidades lo conocen como DOFA. Se definen objetivo, públicos, mensajes, planes de acción técnicas y tácticas, que no es lo mismo, y se definen los indicadores de comunicación.</p> <p>Por tanto, para nosotros trabajar en comunicación interna yo lo establecería como uno de los principales</p>

	<p>pilares. Sin embargo, todo depende del sistema de comunicación que empleamos, porque no todo problema se puede resolver con comunicación interna. Que te quiero decir, que la persona que maneja el departamento de comunicación debe saber cuál es el problema, depende de eso, saber si su acción va dirigida a comunicación externa o interna, o va dirigida a un plan de comunicación para el desarrollo.</p>
<p>4. ¿Qué herramientas o instrumentos son claves al momento de mejorar la comunicación interna en una empresa o institución?</p>	<p>Como herramientas yo te puedo sugerir saber los intangibles que vas manejar. ¿Cuáles son los intangibles? En personas por ejemplo yo me refiero a lo político, lo económico, lo social, lo familiar. En empresas cambia el intangible no, en empresas hablo de la imagen, lo económico, de la situación política, de la situación laboral, de responsabilidad social de la vinculación que se tiene.</p>
<p>5. En este caso ¿En el sector público cuales serían los intangibles que nosotros manejamos enfocados a los GAD parroquiales netamente?</p>	<p>En el sector público vamos a trabajar igual que en la manera de la empresa, vamos a trabajar en los intangibles de la imagen. vamos a trabajar en los intangibles económicos, en los políticos, laborales, en responsabilidad social y ambiental, en vinculación con la colectividad, vamos a trabajar el mismo sistema que trabajamos en las empresas.</p> <p>Entrevistador: ¿Me podría ayudar con un ejemplo?</p> <p>Entrevistado: Quisiera plantear el ejemplo con tu tema de tesis, el tema macro es el GAD de Guano, quisiera manejar ese intangible en el tema de la imagen: la reputación que tiene:</p> <p>En lo económico: sería si tomamos la decisión de reducir un presupuesto en comunicación, en que afectaría eso al GAD de Guano.</p> <p>En lo político: que pasa si la dirección de Guano no invierte en la comunicación, o en contratar los elementos que necesitamos para nosotros hacer nuestro plan de comunicación</p> <p>En el tema de responsabilidad social y ambiental: hablamos de la misma responsabilidad, la que tendrá el GAD por no contratar herramientas en este caso</p> <p>Si hablamos de acciones de responsabilidad social hablamos de las herramientas de relaciones públicas.</p> <p>¿Qué va a pasar con el GAD de Guano? ¿Qué crítica va a tener por no hacer relaciones públicas? son muy necesarias en tu tema.</p>
<p>6. ¿De qué manera mejorará el desarrollo de los procesos internos al optimizar la comunicación interna en una institución?</p>	<p>La única forma que tú tienes de optimizar la comunicación es elaborando el plan estratégico de comunicación, porque en el plan estratégico de comunicación es la herramienta, es el documento que te dice que vas a necesitar que vas a optimizar, que recursos necesitas, que personal necesitas, es la parte estratégica que te permite el plan de comunicación</p>

<p>7. ¿Cómo evaluar si la comunicación utilizada satisface las necesidades de la institución y de sus trabajadores?</p>	<p>Esto se lo hace en toda institución o se debería hacer en el caso de que no se aplicó, con un análisis con una matriz, en la cual tú estableces una de las cosas importantísimas en un plan de comunicación de la construcción de un plan de comunicación es lo que tus preguntas son los resultados, como tú evalúas. Y en el plan de comunicación yo en lo personal sugiero que haya dos al año, semestral. En el cual tú, con las cosas que te planteas puede ir midiendo si realmente el sistema de comunicación que estas empleando es el adecuado, porque a veces no necesariamente tienen una buena decisión, pero puede ir cambiando en el camino, de acuerdo a las necesidades de comunicación.</p>
<p>8. En el hipotético caso de que en una institución se haya presentado un fallo o una crisis de comunicación ¿Qué recomendación hacer para hallar las falencias y para mejorar en la aplicación de los procesos?</p>	<p>Yo sugeriría que en comunicación en crisis lo más importante es gestionar de manera estratégica el mensaje y optimizar los tiempos, como se logra esto, tienes que evaluar si es crisis o no es crisis, porque lo que puede ser crisis para mí no lo es para la institución. Por tanto, lo primero que se establece un manual de comunicación en crisis es tener un personal, la persona que primero va a evaluar si es o no un problema para la empresa. Luego de eso, tú reúnes todo el mapa de los públicos y elaboras un mensaje sectorizado, para responder en comunicación en crisis que tenemos que hacer.</p> <p>También algo en lo que las instituciones públicas están muy equivocadas es que el mismo plan de comunicación de crisis te puede servir para todas las instituciones, veo que se copian los planes de comunicación de crisis, o veo que mucha gente te dice bueno te doy trabajo de comunicación, pero hazme un plan de comunicación de crisis, desde mi punto de vista tú debes saber cuál es el problema, ninguna institución va a tener un manual de crisis, nadie te va a responder o dar un lineamiento de cómo actuar, de quienes son las primeras personas sé que van a responder en especial la crisis, de cuál va a ser el tiempo de espera antes de responder, de quienes van a ser los voceros, te puede esbozar el tratamiento, pero en si resolver tu problema no, eso se lo va a ir viendo de acuerdo al tema de reacción. Estas líneas te van a permitir que cuando se genere una crisis reunirte con las personas que establezcan este centro de crisis o como quieras llamarlo, y de ahí tomar el tiempo necesario que tu o la entidad necesita para resolver esa crisis.</p>
<p>9. Cuáles son los lineamientos necesarios que deberíamos tener bosquejados para tratar de combatir una crisis</p>	<p>Siempre deberías estar haciendo una tabla, que a mí me gusta llamarle tabla prospectiva, que es una prospectiva, es donde tu manejas los diferentes escenarios.</p>

	<p>Ejemplo, el Alcalde de Guano va a rehabilitar el parque central tú en esa acción ya puedes elaborar un plan de crisis, en caso de que hay un mal tratamiento de los recursos económicos o en el caso de que hayan comprado mal el material. Así no exista el problema nosotros en cada acción importante podemos hacer un plan de crisis. Y en esta tabla que yo te digo que es una tabla prospectiva, puedes plantear diferentes escenarios. Ejemplo, que le digo a la ciudadanía si este parque no funciona, si ese dinero utilizado no es el adecuado o se manejó de una forma equivocada.</p> <p>Y este manual de crisis no solo habla de lo negativo, sino también te pone escenarios positivos, te repito es una tabla de escenarios o es una tabla de prospectivas. Y tú ya te vas imaginando reacciones, aunque es un poco de intuición, pero mi sugerencia es que tú te vayas por alza actividades macro que tiene la institución y tu analizando el macro, ya puedes establecer un manual de crisis.</p>
<p>10. Cómo enfocamos o que estrategias o lineamientos aplicáramos en esta tabla de prospección de crisis para dirigirlo al público interno</p>	<p>Yo lo que quisiera también enfatizar es no toda crisis va a ser necesario o respondida para la comunicación interna, eso depende del problema. por ejemplo, si tus problemas es que los empleados del municipio de Guano no sienten empoderamiento por el trabajo eso es un problema en comunicación en crisis, pero de comunicación interna, ahí si responde a lo que tú me dices, ahí si hago estrategias técnicas y tácticas para tratar de solucionar el problema de comunicación.</p> <p>Entrevistador: Pero, ¿si este problema de crisis fue generado por una estrategia de comunicación, digámoslo es el caso hipotético de lo que pasó en el municipio de Guano y también lo estamos tocando en la tesis, es que el Alcalde sube el costo del impuesto predial, en este caso los trabajadores de la dirección de planificación de avalúos, catastros y recaudación tienen una crisis interna porque todo el mundo va a reclamarle, le va tratando mal, surge una crisis interna cómo se maneja en este caso en nivel de comunicación?</p> <p>Entrevistado: lo primero es reconocer el problema, yo le veo ahí que el problema es la falta de pertenencia, que un trabajador que está realmente comprometido con la institución sabe que van a subir o bajar el predio y como tú dices es un problema porque ellos no estaban enterados es una falta de pertenencia.</p> <p>Yo para solucionar la falta de pertenencia que actividad hago porque la falta de pertenencia siempre va a ser comunicación interna, ¿qué hago? Tengo que hacer actividades como la cartelera que dentro de una institución me parece algo muy básico. A mí me gustaría trabajar este con problema con muchas</p>



	<p>relaciones públicas, ejemplo, desayunos corporativos, en los cuales no solamente vas a caer, la comida es un enganche pero tú ya tienes una cercanía con el trabajador y tú me dices: mira aquí les vamos a comentar que vamos a subir el predios, y así por una simple comida por decirlo así, el trabajador ya se va empoderando del trabajo, ve el gerente, el director me invitó y aparte me compartió esta información, eso ya es pertenencia, y con ese ejemplo tan chiquito, ya solucionas el problema que planteas y lo identificamos como comunicación interna, y que acción estoy haciendo yo, estoy haciendo un desayuno corporativo, porque si elijo la herramienta en comunicación interna en un periódico, nadie lo va a leer, y no tienes retroalimentación. Pero si haces una actividad que te permita relacionarte con el empleado directamente vas a solucionar ese problema.</p>
<p>11. Considera usted que aplicar una gestión de crisis es necesaria para cumplir con los objetivos propuestos por las instituciones al inicio de la gestión anual y también en los planes de comunicación</p>	<p>Yo creo que se ha vuelto una muletilla, en comunicación al hablar de comunicación en crisis; lo primero que se hace para solucionar cualquier tipo de comunicación te sugiero el libro de Miguel Vázquez Es uno de los pocos expertos en comunicación en crisis del Ecuador el libro se llama el comunicador estratega sustentable. Aquí habla sobre qué escenarios como comunicador tú aplicas para solucionar tu problema no siempre tiene que ser comunicación en crisis el habla de algunos sistemas de comunicación. Te habla de relaciones institucionales que se hace para solucionar conflictos de grupos de interés. Por ejemplo, el problema que tienes tú en Guano, no tiene comunicación en crisis, tiene Relaciones Organizacionales. Otro de los escenarios que plantea Miguel Vázquez te habla de relaciones públicas se habla de comunicación institucional se habla de comunicación organizacional y por eso yo te preguntaba el principio, ¿por qué escogiste el tema? Estamos hablando de sistemas de comunicación También te habla sobre sistema de comunicación corporativa y uno que es muy interesante Qué es comunicación para el desarrollo en un segundo plano sin que sea menos importante es el manual de crisis. Porque primero tú debes de saber Cuál de estos sistemas completas porque en tu problema yo empleo comunicación corporativa o empleo relaciones públicas o empleo comunicación organizacional Me parece muy enriquecedor saber que lo que plantea el autor se cuestiona porque congénito sistema Y cuáles son las aplicaciones Por ejemplo si hablamos de relaciones públicas porque trabajan en relaciones públicas: Relaciones públicas que permiten mejorar la imagen y posicionamiento de la entidad. Qué hace</p>

	<p>la comunicación corporativa. Está también apunta a la imagen de la reputación.</p> <p>Si tú me preguntas de otra comunicación institucional Cuál es la diferencia con la corporativa la diferencia es que la comunicación institucional que persuade y te impone directrices para ser cumplida Por eso yo considero que no todo problema tiene que ser comunicación en crisis. Primero debes de sentarte ver tu escenario y ver este es mi problema y problema es relaciones públicas mi problema es imagen corporativa mi problema es comunicación institucional. Y en el caso de que tú digas Ah no mi problema es comunicación en crisis porque no todo va a ser comunicación en crisis. Tal vez la comunicación en crisis siempre está allá como eventos noticiosos para que veas la diferencia tú ves algo que es muy noticioso y que en 2 horas se volvió un escándalo y que superan redes sociales cierto número de acuerdo a tu población ahí tú evalúas, dices mi problema no es relaciones públicas porque si yo hago relaciones públicas yo voy a la tarima del Parque Central de Guano y digo Compañeros de Guano...</p> <p>Esa no es la solución, solo porque las redes sociales ya me están estallando por tanto yo no empleo relaciones públicas porque si yo voy a hablar con el pueblo me linchan; o intento hacer comunicación corporativa porque esto apunta a la reputación: pero es un proceso. Sin embargo, en el caso de tu proyecto esto implica comunicación, te repito como conclusión sentarse bien, ver en qué escenario estamos en el tema de comunicación, empleados. No toda comunicación es en crisis.</p>
<p>12. ¿Cómo en el caso de la ruralidad y el campo Cómo determinar cuándo se convierte en un escándalo ya que no tengo la métrica de redes sociales para definir si es realmente Una crisis o un escándalo?</p>	<p>Aquí la cosa es muy práctica aquí es comunicación en grupos minoritarios que implica eso hacer comunicaciones del territorio. Si tú en el territorio vez en un puerta a puerta que no saben que está haciendo la autoridad para ellos y hay inconformidad, puede ser la encuesta de una sola pregunta a 20 personas incluso puedes decir: Usted cree que el alcalde está trabajando para usted si, no; para no confundir mucho al sector.</p> <p>Si ves que gana el no estás dentro de un problema de comunicación cuál es el problema de comunicación que la gente no está enterada.</p> <p>¿Cuál es el problema de comunicación? que la gente no está enterada, ahí si puedes hacer relaciones públicas, ¿cuándo se convierte en una crisis? cuando esa persona va van en grupo van a dar alcaldía y te hace el paro ahí te aplicas comunicación en crisis, ahí tienes que medir desde el territorio a veces los silencios también tienen problemas, la gente se queda callada. Pero, si tú vas y le preguntas te van a decir</p>

	<p>su inconformidad. Pero, la crisis tú puedes hacer relaciones públicas entonces puedes hacer un conjunto de procesos mensajes que esa lo que apuntas. Qué es lo que tú planteas en tu tesis. Un conjunto de procesos y mensajes que utilizan medios de comunicación corporativa sobre eso yo pienso que tú si le atinaste muy bien en el tema que escogiste porque esto te va a permitir ver qué conjunto de: Procesos, mensajes y medios, utilizas para llegar a subir esa reputación que le hace falta a la institución.</p>
<p>13. ¿En el caso de que me hagan paro en una de las comunidades Qué sistema aplico o Qué acciones puedo aplicar?</p>	<p>Tú ahora dentro de tu inscripción periodística o dentro de tu percepción o dentro de estacionario qué te estás haciendo. Se vienen las elecciones me van a hacer un problema, que es lo mismo que tú me estás preguntando deberían desde ya tener un plan de comunicación. El plan de comunicación te diga cuál es el problema. El problema es el que tú me estás comentando falta de pertenencia e identificación Por qué las personas piensan que no están haciendo un trabajo duro. Y desde ahí ya tienes que trabajar en todo tipo de comunicación hacer un mapa de públicos. Quiénes conforman nuestro público diferenciar bien eso, ejemplo los líderes indígenas es conocido como el mapa de stakeholders dentro de comunicación, que tú si lo has de manejar. Te digo ahora los mapas de público que se me ocurren: los líderes, otro grupo los trabajadores que son la mano de obra y todas las personas que trabajan para el campo, otro grupo importante que forma parte de la comunidad son los niños y también ayuda mucho a saber, porque si tú vas a las escuelas de esas personas indígenas y tú vas a darle una charla mediante títeres ellos van ayudar con un mensaje positivo a los papás y les van a decir: Oye me dijeron esto que el alcalde está haciendo esto y lo hiciste mediante títeres.</p> <p>Te sigo desglosando mis stakeholders: Tengo los representantes de los campesinos, los niños es dentro de este mapa que se me está ocurriendo dentro de estas representaciones indígenas.</p> <p>Dentro de este mapa de públicos que tenemos para ellos y si ves muchas personas te pueden decir son solo uno o dos campesinos pero tienes que tratar de desglosar lo más que puedas porque para cada uno hay una acción.</p> <p>Te dije Por ejemplo una acción de las niñas en la escuela uno para los campesinos por ejemplo puede hacer actividades ahí mismo en el campo donde ellos trabajan dentro de la comunicación no es recomendable hacer regalías. Si ustedes van y regalan un cuaderno un esfero sin que lleven un mensaje este se convierte en filantropía tienes que llevar dentro de</p>

	<p>un mensaje que esté la filosofía institucional o el tema de las obras que tú quieres hacer si tú vas sin un mensaje con el que quieras llegar solo por regalar y comprar un voto es filantropía.</p> <p>Entonces tienes que ver las diferentes actividades que puedes hacer dentro de ellas un tríptico que les entregue algo que le sirva ellos como una caja de fósforos, pero en la caja de fósforos un pequeño tríptico ahí está la diferenciación de la comunicación. El político te da el esfero; pero el comunicador te da el esfero con un mensaje dentro del esfero. Y qué estás haciendo tú haciendo comunicación corporativa por qué estás usando los medios que tienes para relacionarte con esas personas y con eso te está revisando lo que tú sabes que va a pasar en elecciones estamos de aquí a febrero en elecciones y tú piensas que alguien está haciendo relaciones públicas con los sectores. Yo no sé, pero me atrevería a decir que no que están esperando a dos o tres meses campaña electoral para recién llegar. Pero, si alguien va desde ya, ya saben los escenarios que están pasando.</p> <p>Y ahí pasa la comunicación escrita que te caen en redes sociales y por no hablar desde un principio un buen sistema de comunicación social te cae y tienes que ser un sistema de comunicación en crisis, y la comunicación en crisis y no siempre te resuelve el problema la comunicación en crisis, se reduce el impacto noticioso nada más. Ejemplo, lo que pasó hace un año con el defensor del pueblo él hizo comunicación en crisis y hasta ahora sigue preso. Eso no significa que el problema se resuelva la comunicación en crisis solo te reduce el impacto que lo minimiza al máximo, pero la responsabilidad siempre va a quedar ahí lo que hace es que no tenga mucha notoriedad. Sí empleas muy bien el sistema de comunicación, Por tanto para complementar un poco de lo que estamos hablando la comunicación en crisis también debe recoger eso en una crisis. Qué sistema de comunicación de empleo, si siempre comunicaciones públicas o comunicación institucional lo que empleo comunicación corporativa. Entonces lo más importante dentro de la comunicación de crisis es ver que planteó que él te quiere mi stakeholder que quiere mi público interno y externo.</p>
<p>14. ¿En el caso del silencio qué sistema de comunicación aplicaría?</p>	<p>Sí es del Silencio yo hablaría de relaciones públicas. Porque si me quedo callado es que no estoy haciendo relaciones públicas incluso puede entrar dentro del sistema de comunicación organizacional porque la comunicación organizacional es la que te hace visibilizar y si te quedas callado no es que te estás</p>

	<p>visibilizando de ninguna forma. De hecho, el silencio está dentro de todas las formas de comunicación social estamos hablando el silencio siempre va a ser un problema. Serviría tanto en las relaciones institucionales en las relaciones públicas en comunicaciones institucionales en la corporativa en todas es un problema, el silencio.</p>
<p>15. ¿Considera usted que se aplica una gestión de crisis en el sector Público de nuestro país?</p>	<p>Realmente no sé qué está pasando últimamente que está allá en las bombas le estallan al jefe y sácame un comunicado y eso no es comunicación en crisis. Aquello de lo que he visto en todas las instituciones nadie se planteó los escenarios que te decía. Solo te sacan el comunicado y listo y eso no es comunicación en crisis, comunicación en crisis, por ejemplo si al alcalde de Guano le están diciendo que tuvo un problema con los predios hacer un video rapidísimo, un video súper bien producido que te hable de los predios y de los precios, que son la comunicación en crisis. Comunicación en crisis es un proceso secuencial, en el que tú vas informando a todo su público absolutamente todos tus públicos</p>
<p>16. ¿A qué se debe esta estandarización o la creencia de que con un comunicado se aplica la comunicación en crisis en todos los aspectos político Gubernamental institucional en el público que No necesariamente tiene que ver con la política en el Privado incluso en el deportivo?</p>	<p>Esto se debe a no contar con un plan estratégico de comunicación y con un comunicador que sepa manejar el plan estratégico de comunicación porque todos los problemas son distintos no es el mismo problema que tiene el club deportivo Barcelona que el problema del municipio de Guano. Todos los objetivos de comunicación son distintos todos los públicos son distintos y no es el mismo el público de Barcelona que el público del Gad de Guano. Son distintos públicos son diferentes acciones, son diferentes tácticas, son diferentes consecuencias incluso.</p>
<p>17. ¿Cómo se debería capacitar al personal de comunicación para una gestión oportuna de crisis en el sector público?</p>	<p>Yo considero indispensable la especialización ya sea en comunicación corporativa o comunicación organizacional y se podría en dirección de comunicación empresarial y organizacional. creo que es indispensable la especialización porque no es lo mismo las ramas de una licenciatura en ciencias de comunicación social que una especialización. Porque te hablan en forma general que hablan del periodismo, que hablan de la radio, producción, televisión, te hablan de relaciones públicas, pero no profundizan en esto que te estoy diciendo en los sistemas de comunicación, en los planes de crisis y de lo que yo conozco sobre la provincia de Chimborazo me atrevería decir que nadie sabe hacer un plan de comunicación y nadie sabe hacer peor aún plan de crisis.</p> <p>Entrevistador: (Entonces en relación con lo que le decía sobre la estandarización y de las soluciones y la poca diversificación de solución al problema de crisis</p>

	<p>se debería a la poca especialización de los comunicadores de las personas que trabajan dentro de los departamentos de comunicación de los diferentes instituciones o empresas del país).</p> <p>Sí así es tenemos esa coincidencia de no contar con este documento qué es un plan de comunicación que se plantea neta que te plantea un cronograma, el cual te dice: En qué fecha van hacer una feria informativa, que eso es una acción muy sencilla o ¿qué hace ahora en departamento de comunicación? Te hace un video de las cosas coyunturales eso es lo que ahora están haciendo las instituciones, incluso en la que tú estás estudiando ¿Qué hacen? Trabajando netamente desde la coyuntura. Hoy es el Día de la mujer, actividad por el día de la mujer cobertura cubre la públicas y listo. O se viene un plan de agua potable hace la noticia y listo pero eso no corresponde a un plan de comunicación, o se viene un plan de agua potable haces la noticia y listo pero eso no corresponde a un plan de comunicación, un plan de comunicación tiene que ser integral en dónde tú sabes que está pasando adentro y que está pasando afuera. Tal vez para comunicación interna esté muy bien el tema coyuntural; pero, no te estás adelantando a lo que puede estar pasando si hay un problema de relación estudiantil y si un problema no se soluciona con relaciones públicas te estalla en comunicación en crisis.</p> <p>Entonces todo esto tiene como condición un círculo si no haces bien relaciones públicas, tienes comunicación en crisis si no haces comunicación externa, tienes comunicación. Incluso si no haces las dos cosas no tienes ningún tipo de Comunicación ni interna ni externa, y aparte de estallar en comunicación en crisis ya solo imagínate.</p>
<p>18. ¿De qué manera se puede articular el desarrollo estratégico entre los distintos departamentos de un gobierno descentralizado para cumplir con los objetivos de un plan de comunicación interna?</p>	<p>Considero que es importante definir planes y acciones planteadas en un cronograma, saber cuál es mi plan trabajar con las diferentes direcciones del Gad del Guano. Hablamos de la dirección financiera, dirección administrativa, Obras Públicas, etc. Y cuáles son las prácticas por ejemplo la entrevista semanal a cada uno de los directores a través de un segmento al que le pones el nombre y lo sacó en redes sociales y es una acción que está dentro de mi plan. Entonces esa es la diferencia El plan es lo Macro y la acción es la táctica que vamos a hacer, Qué vamos a hacer y cómo vamos a llegar y todo eso voy poniendo en mi plan de comunicación toda actividad que yo voy a hacer y lo voy poniendo en indicadores “cómo voy creciendo”, “como se van enterando” y ya género las relaciones públicas que no Tenía antes con los diferentes departamentos.</p>

	<p>Qué te diría yo hacer un análisis, a ver si realmente hace falta si tú determinas en tu FODA que hace falta comunicación interna con los departamentos como tú me decías lo hago, si veo qué tal vez pierdo tiempo porque si están empoderado si conocen de memoria lo que estamos haciendo, me voy de una a la comunicación externa porque la población está cayendo encima, y no mis empleados que por último les tengo que tipo es porque trabajan para mí y la ciudadanía no; está estallando, y yo priorice o mi plan de comunicación. Qué es más importante hablarles a los de afuera o hablarles a los de adentro. Sin hacerles menos tampoco a la comunicación interna tampoco, pero si tengo una bomba que me va a estallar como en el caso de Guano que se vienen las elecciones yo directamente hago comunicación externa.</p>
--	--

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Tabla 19.**

*Entrevista a Klever Altamirano Técnico del GAD Parroquial Valparaíso*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
<p>1. ¿Cuáles son las funciones que cumple a diario dentro del GAD Parroquial?</p>	<p>Entre mis funciones están la de planificación, Tenemos un presupuesto que asigna al estado y tenemos que realizar la planificación anual y ese presupuesto lo dividimos en gasto corriente y un gasto de inversión, en el gasto de inversión nosotros realizamos proyectos productivos para la gente de la parroquia. Entonces dentro de los proyectos realizamos proyectos productivos de Infraestructura ayudar a los grupos vulnerables todos los proyectos productivos En beneficio de la comunidad Eso es en una parte de la el trabajo de planificación y también lo que se realiza es la información que piden en las instituciones del Estado como SENPLADES Que ellos llevan la información de todo de las instituciones públicas y hacen una evaluación si es que se ha cumplido o no y qué porcentaje de lo que se ha planificado se ha cumplido Qué otras instituciones como planifica Ecuador que Ahora tiene otro nombre y también se atiende las solicitudes de otras instituciones del estado como el consejo provincial el municipio También se está en contacto con ellos para realizar los presupuestos coordinadamente con ellos</p>

2. ¿Con cuántas personas trabaja usted aquí en el GAD Parroquial?	Nosotros trabajamos con las autoridades Qué son los que están al frente del GAD, está el presidente y los cuatro vocales. El presidente es el ejecutivo y los señores locales son el legislativo, Ellos legislan o digamos que ellos son los que fiscalizan la obra que realizamos o proyectos que realizamos acá y el presidente es el ejecutor el que ejecuta el presupuesto, digamos es quién realiza todos los pagos es el que representa el GAD.
3. ¿Existe un departamento de comunicación en el GAD Parroquial?	No existe, los departamentos que hay son el de planificación y de secretaría
4. ¿Existe un Plan de comunicación dentro del GAD?	No, Plan de comunicación no existe
5. ¿Entonces cómo se comunica usted con sus colaboradores y con el líder?	A nivel de las instituciones del estado Está normado bueno no son normalmente más bien sería la ley que rige la Constitución y otras normativas que están vigentes y en base a esas leyes y normativa nosotros nos vamos comunicando en las cosas que tenemos que hacer. Por ejemplo, en las sesiones para coordinar los trabajos con las autoridades se debe hacer obligatoriamente dos sesiones por mes entonces ahí nosotros hacemos la convocatoria planteamos los puntos a tratar en la sesión y eso tratamos y salen las resoluciones como GAD nosotros podemos realizar las soluciones y conforme a esas resoluciones vamos respetando y vamos elaborando lo que se decida en la sesión a nivel de municipio ellos hacen otro tipo de acuerdos. Lo que nosotros acá nivel de junta tenemos que hacer es resoluciones sale la resolución en la junta se aprueba el proyecto en la sesión e inmediatamente nosotros ejecutamos si nos aprueba el presidente.
6. Qué forma o qué estrategia emplea usted como técnico para motivar y comprometer al personal del GAD Parroquial a que los proyectos se Ejecuten	Nosotros hacemos primero una socialización. Cuando uno llega allá el presupuesto para el siguiente año nosotros tenemos que hacer una proforma presupuestaria, y en esa proforma presupuestaria nosotros cargamos todos los proyectos que tenemos en el PDYOT para cada año y en PDYOT nosotros tenemos planificado los proyectos para 5 años o prácticamente los proyectos que se van a desarrollar durante la gestión del presidente actual entonces ahí están los proyectos de cada año. Por ejemplo, tenemos planificado los proyectos que se van a desarrollar durante el 2022 y 2023, En el 2024 tendrían que hacer un nuevo manual socializado en PDYOT, Armar un nuevo PDYOT y Así mismo planificado proyecto para 5 años más. Entonces lo que yo hago es que los proyectos que toca para el año 2022 que estamos haciendo ahorita, esa preforma poder presupuestar, ya la aprobamos entre los vocales y el presidente. Entonces, una vez que ya está aprobado por ellos, podemos incluir los proyectos que están solamente en PDYOT y luego consultamos a los



	beneficiarios, y si ellos dicen que está bien ese proyecto, que lo necesitan, se realiza el proyecto, si dicen que no, entonces no.
7. Cuáles serían los medios que emplea el GAD Parroquial de Valparaíso para mantener el contacto entre sus trabajadores	A través de sesiones y convocatorias Entrevistador: Y mediante el lapso de una sesión con otra ¿Cómo se mantiene el contacto? Es que ahí ya es de acuerdo a lo que se ha resuelto digamos que en marcha un proyecto productivo entonces ahí yo ya tengo la potestad de buscar contactos buscar los beneficiarios hacer reuniones y veo la forma de desarrollar este proyecto, eso ya es mi responsabilidad ese ya es mi trabajo buscar la forma de realizar los proyectos y una vez que ya se esté dando el proceso las autoridades tendrán para fiscalizar a ver si está bien Si hay que hacer algunos cambios, Sí avanza uno avanza el presupuesto o hay que hacer alguna reforma o qué se puede hacer
8. Qué estrategias comunicacionales utiliza en el GAD Parroquial para mantenerse comunicados	Sería el celular porque no hay otro medio porque los señores vocales aquí trabajan solamente la ley les dice que solamente deben asistir a las sesiones y un día a la semana y el señor presidente si está todos los días como tiene la oficina aquí el contacto directo con él.
9. ¿Considera usted qué es importante que exista comunicación dentro del GAD Parroquial con los demás compañeros de trabajo?	Sí sería favorable pero lo que pasa es que utilizamos lo que está nuestro medio entonces utilizamos mensajes llamada y de pronto como digo lo oficial lo que si se tiene que responder son las convocatorias, memorandos u oficios.
10. Usted como técnico ¿Qué estrategias de comunicación o como hace que los demás compañeros y autoridades sean partes en una toma de decisión de parte del GAD Parroquial?	Yo no soy la persona que toma las decisiones, las decisiones la toman el Legislativo con el Ejecutivo y me ordenan a mí lo que tengo que hacer. Es por el rango jerárquico entonces, En la sesión resuelven y esa resolución el señor presidente indica lo que yo tengo que acatar y ejecutar en el trabajo.
11. ¿Cuáles son Los recursos necesarios para poder desarrollar las estrategias de comunicación dentro del GAD Parroquial y Externa con la población?	Cómo recursos esenciales serían los altavoces para perifonear, luego de eso están las convocatorias directas que hacen a la gente, y luego realizar las reuniones, socializaciones que realizamos
12. En tiempos de pandemia ¿Cómo lograron mantenerse comunicados los empleados del GAD Parroquial?	Lo más fuerte en la pandemia fue que el técnico trabajaba vía telemática pero ya se le acabó el contrato y luego que la situación se mejoró con las vacunas yo ya estaba con la primera vacuna y ahí sí ya pude venir a trabajar presencial. Fue presencial y la comunicación fue la misma. En relación con la tercera dosis, eso también hay que reconocer que hubo facilidad para el sector público como estamos trabajando las vacunas fuimos los primeros que nos vacunamos, pero se mantuvo con normalidad la comunicación.
13. Posterior a la pandemia ¿qué ha cambiado en cuestión de comunicación alguna nueva estrategia o alguna forma de comunicación que ustedes descubrieron con base a la pandemia?	No apenas se normalizó me di cuenta que la gente optó por tener más contacto porque esto de la vía telemática, no le dan mucha importancia no genera la

	misma confianza en el sector rural Entonces se ha intentado reforzar el contacto presencial.
14. ¿Qué se puede mejorar para lograr una mejor comunicación dentro del GAD entre los compañeros y colaboradores y posterior con la población?	Es un poco complicado mejorar a nivel de institución pública yo le veo por lo de la política porque siempre hay políticas que no están de acuerdo y cómo las autoridades, entra un representante de cada movimiento son diferentes políticas y criterios. Entonces, si se complica la comunicación, pero lo que sí está claro es que existe la normación a través de la ley y hay que cumplir a cabalidad, eso digamos que todos sabemos lo que tenemos que hacer
15. Usted como técnico y también como la persona que maneja La socialización de proyectos ¿en algún momento has sentido que los entes de control a limitado su manera de poder comunicarse con los medios Oficiales con los que tiene que cumplir?	No, digamos que si las otras instituciones envían correo eso es ley. Entonces, nosotros tenemos que cumplir con lo que nos están diciendo no podemos obviar esa situación, aunque la respuesta sea negativa nosotros tenemos que contestar y es un medio de comunicación que existe, oficial, porque una vez que envían una solicitud un memo o un correo electrónico por los medios oficiales al ser nosotros el GAD nosotros tenemos que responder a nivel institucional e incluso las respuestas negativas, pero de manera oficial, hay que hacerlo
16. Al ser usted le ha encargado de socializar los proyectos con la población ¿cuál sería su mensaje para tratar de tener una comunicación más fluida con la población?	El mensaje, en lo que yo me he dado cuenta sería tratar de comunicarse con los líderes con los representantes de cada sector porque yo veo que si nos comunicamos queremos resolver problemas. Lo comunicamos a toda la población eso sería difícil porque todos tienen un diferente criterio y no podríamos realizar nada entonces cada representante tiene que poner su parte y comunicarse de esa manera y tratar de resolver problemas también porque se llamamos a toda la gente no podríamos resolver nunca. En cambio, con los líderes con los que representan con ellos si podemos llegar a un acuerdo y podemos realizar algunas actividades y tratar de llevarlo de la mejor manera.

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

**Tabla 20.**

*Entrevista a Mauro Zúñiga presidente del GAD Parroquial de Valparaíso*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1. ¿De qué manera usted maneja la comunicación con sus colaboradores y sus empleados?	En el caso del GAD lo hacemos mediante convocatoria y redes sociales
2. Dentro del GAD Parroquial ¿Cómo se maneja la comunicación interna?	A través de escritos y directamente memorando y convocatorias
3. ¿Qué funciones realiza como presidente del GAD?	Realizó varias gestiones que se van realizando con los diferentes GAD provincial y otras instancias que se puedan y en lo que a nosotros respecto a cómo gobierno parroquial también tenemos nuestras

	competencias como los proyectos que son en beneficio de la población.
4. Dentro del GAD Parroquial ¿con cuántas personas trabaja usted?	Trabajo con el ingeniero secretario, el ingeniero técnico, el señor chofer del tanquero y los cuatro compañeros vocales
5. Usted como líder ¿Cómo coordina las actividades con sus compañeros y los trabajadores?	Comunicándonos y llamándonos a reuniones mediante la planificación que se hace mensualmente
6. ¿De qué forma o qué estrategias tiene usted para motivar y comprometer a sus colaboradores a que la planificación se realizó se desarrolla con normalidad?	El compromiso que cada una tenemos conversando y dialogando siempre estando de acuerdo con todos y por mi parte como autoridad también entendiendo las cosas que de pronto se asoman por ahí.
7. ¿Cuáles son los medios que el GAD Parroquial emplea para mantenerse en contacto con sus colaboradores?	Mediante el teléfono, llamadas, mensajes redes sociales, convocatorias incluso perifoneo de acá tenemos. entrevistador: ¿El perifoneo es el medio más utilizado para que así también las personas que están cerca lo escuché o Por qué razón utiliza el perifoneo? El perifoneo llega a toda la población ya que está en la parte alta y se escucha en toda la población e igual mediante convocatorias de pronto de perifoneo no llegue a la parte oriental por el viento entonces se realiza por medio de convocatorias.
8. ¿Por qué considera usted qué es importante la comunicación dentro del GAD Parroquial y con su equipo de trabajo de manera interna?	Para trabajar planificadamente y cumplir con lo planificado que al inicio de año se hacen conjuntamente con todos los señores vocales y con el equipo.
9. ¿Cómo usted permite que su equipo de trabajo sea parte de la toma de decisiones antes de realizar cualquier actividad dentro del GAD Parroquial?	Claro cómo le mencionaba al inicio nosotros hacemos todo mediante conversaciones, reuniones y sacamos la mejor conclusión entre todo el equipo de trabajo.
10. ¿Qué tipo de recursos administrativos personales y materiales son necesarios para desarrollar las estrategias de comunicación dentro del hogar con los trabajadores y fuera del gad con la población?	Mediante las redes sociales y mediante la computadora y el uso del internet mediante todo eso y nosotros nos podemos comunicar fácilmente para poder trabajar. Entonces lo que necesitamos es hojas, tinta para las impresiones en lo que es la computadora el mantenimiento se tiene que hacer, para el perifoneo el micrófono.
11. En tiempos de pandemia ¿Cómo logró mantenerse comunicado con sus colaboradores y con los trabajadores de acá del GAD PARROQUIAL?	Nosotros en realidad nunca paramos. Nosotros siempre estuvimos acá en las oficinas, estuvimos trabajando ayudando a la gente de cuidar a la población ya que gracias a Dios acá no hubo ningún caso de contagio siempre nos mantuvimos aquí en la oficina al igual que los compañeros técnicos laboran desde sus casas. Entonces se podría decir que la comunicación se dio de forma normal por medio de los oficios que se manejan dentro del GAD.
12. Después de la pandemia ¿tuvieron algún cambio o mejora en la comunicación dentro del GAD se desarrolló de forma normal?	Es que como le dije al inicio nosotros en pandemia no tuvimos ningún cambio no paramos Se trabaja normalmente con los medios de comunicación oficiales y manteniendo las reuniones presenciales

	conforme a todo lo planificado. Y en cuanto a la pandemia igual Primero se hizo la Planificación y luego la ejecución.
13. ¿Qué se puede mejorar para lograr una mejor comunicación con su Colaboradores del gad para mejorar internamente?	Nosotros acá como parroquia tenemos el problema de que en relación con las antenas de claro no tenemos señal Y sería eso una gran ayuda a poner unas antenas para tener comunicación, Te pongan antenas de Claro porque aquí solo hay Movistar. Instalación del 4G para mejorar la conectividad.
14. ¿Usted se encuentra satisfecho con la comunicación que tiene con sus trabajadores y con los demás compañeros en el gad parroquial?	Me encuentro satisfecho porque siempre he permanecido en contacto y no he perdido la comunicación siempre nos hemos estado reportando mediante teléfono WhatsApp. Entrevistador: ¿En relación con la población que sugiere para mejorar la comunicación con los pobladores o al igual que con sus compañeros se maneja de una forma fluido? La ventaja que nosotros tenemos es que como la parroquia es pequeña nosotros mantenemos una comunicación personalizada, como le digo la parroquia pequeña entonces es posible hacer este tipo de trabajo directamente con las personas.
15.Cuál sería el mensaje que envía a su población para tener una mejor comunicación o si es que es bueno seguir manteniendo esa comunicación	Bueno yo a mí población le diría que siempre mantengamos esa comunicación que hemos mantenido hasta hoy esa preocupación por parte de ellos también que estén pendientes a todos Ya que nosotros como autoridades no podemos hacer todo, sino que siempre tiene la población que está presente en todas las actividades que nosotros como autoridades planificamos con ellos. Bueno yo a mí población Yo diría que siempre mantengamos esa comunicación que hemos mantenido hasta hoy esa preocupación por parte de ellos también que están pendientes a todos Ya que nosotros como autoridades no podemos hacer todo, sino que siempre tiene la población que está presente en todas las actividades que nosotros como autoridades planificamos con ellos. Entonces que siga viendo esa comunicación y predisposición para con nosotros y con ellos no hemos tenido problemas eso le pedí a yo a mi población que continuemos con las mismas realidades es hasta el día de hoy.

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

### 4.3. Discusión de Resultados

- Los resultados arrojaron una falta de comunicación entre los integrantes del GAD Parroquial y su población, esta problemática incide en las gestiones que la Institución realiza; teniendo como uno de los principales afectados a sus mismos funcionarios, pues no pueden ejecutar a plenitud sus funciones y proyectos ante la ausencia de

estrategias y canales de comunicación claros, lo que lleva a que no exista una identificación corporativa, ni sentido de pertenencia. Esto concuerda con lo señalado por Chavez & Peralta Luna quienes mencionan que la imagen externa de una organización es un reflejo directo de la imagen que de ella tienen sus empleados. La presente investigación que realicé muestra esto claramente, pues si internamente no existe una satisfacción y sentido de pertenencia, esto se refleja en el público. Los datos obtenidos de los trabajadores del GAD Parroquial de Valparaíso evidenciaron que se sienten poco satisfechos con su comunicación interna, esto se debe a que consideran que existen fallas en la gestión de la misma, que perjudican el conocimiento de los colaboradores sobre los valores institucionales y las actividades que realiza la institución.

- Desde la perspectiva de Agustín Cueva, analista de comunicación y relaciones públicas, la mala comunicación interna detectada en esta investigación en el GAD Parroquial puede ser solucionado aplicando estrategias de comunicación interna enfocadas en la falta de pertenencia, para que los empleados se sientan comprometidos con los objetivos de la institución. En el caso de la falta de información difundida a los empleados del GAD se puede organizar actividades básicas como la cartelera, o de manera más personalizada desayunos en los cuales se notifique a los colaboradores los cambios o actividades que se implementarán.
- Además, al realizar este análisis macro sobre la comunicación interna del GAD se puede elaborar un manual de crisis, un documento que Agustín Cueva considera es fundamental en una institución o empresa, aún más si es pública, pues debe mantener informados no solo a sus colaboradores, sino también a su público externo, en este caso los ciudadanos de la Parroquia de Valparaíso. Para esto es importante citar los beneficios de la Comunicación con los que también comparto en totalidad. El primer beneficio, que radica en conocer la teoría de la comunicación organizacional, para entender su posición en la organización o grupo.
- El segundo beneficio, la comprensión de la comunicación organizacional puede fortalecer la relación entre los miembros y los líderes de la organización. Para que la vida institucional pueda durar más y crezca un sentido de querer mantener y cuidar la organización. Contradictoriamente, de acuerdo a los resultados, los trabajadores están en desacuerdo al indicar que la información que brinda el GAD comunicacionalmente está dirigida hacia toda la comunidad, en este caso si su mismo personal está desinformado sobre las actividades que se llevan a cabo, no sería de extrañar que la población también lo esté y por ende no tenga una buena imagen de la Institución, no se sientan incluidos y peor aún va a querer cuidar la imagen del GAD como indica inicialmente el autor.
- El tercer beneficio gira en torno a facilitar el logro de las metas organizacionales a través de la formación de una buena comunicación, para que entre los miembros y cada líder de unidad comprendan las diferencias de opinión que están presentes en cada discusión en la organización. Según los resultados el personal del GAD Parroquial considera que no existe el ambiente para poder expresarse libremente y la

facilidad para comunicarse con sus compañeros y jefe directo, ante esto se ve sumamente afectado el cumplimiento de los objetivos planteados.

- Mientras el presidente sostiene que la comunicación que se maneja al interior de la Institución es buena y cumple con lo establecido en el cuarto beneficio, conocer la teoría de la comunicación organizacional puede hacer que un individuo se ajuste y se ubique bien en la organización o grupo. La opinión de sus colaboradores en la encuesta indica lo contrario, ya que la mitad siente que la comunicación no favorece a que el empleado conozca lo que ocurre dentro de la Institución y los valores que la misma pretende reflejar; por lo tanto no permite que el individuo esté bien ubicado en la organización.
- El quinto beneficio, conocer los deberes de un líder y miembro de una organización. Una comprensión de la teoría de la comunicación organizacional puede hacernos conscientes de los deberes como líder o miembro de una organización, esta conciencia puede aumentar el trabajo y la eficacia de la organización para lograr las metas que se han fijado por el conjunto. En el caso del Gad Parroquial de Valparaíso no se da una comprensión del papel de líder, lo cual se puede evidenciar en los resultados de nuestra investigación cuando la mitad de los trabajadores dicen que no tienen una buena relación con la autoridad principal y su comunicación; y solo un pequeño porcentaje del 13% mantiene una buena relación lo que desemboca en una barrera para poder llevar a cabo proyectos como lo decía su técnico Klever Altamirano, disminuyendo la eficacia en el cumplimiento de metas como lo plantea el beneficio inicialmente descrito.
- Aquí se puede observar que si se obtienen estos beneficios por la correcta aplicación de la Comunicación Organizacional ocurriría lo que según el presidente del GAD Parroquial Mauro Zúñiga es trabajar planificadamente. De esta forma trabajarían en su Institución de forma conjunta en el cronograma de actividades anual con todos los vocales y el equipo para cumplir con lo planificado. Esto es corroborado por el Técnico Kleber Altamirano, entrevistado también para el presente trabajo, el cual menciona que la comunicación entre colaboradores y líderes para la coordinación de trabajos, se realiza a través de la programación de sesiones obligatorias mensuales en donde se tratan temas relevantes, para llegar a resoluciones y conforme a ella elaborar soluciones.
- Aunque exista este tipo de organización regidos por las normativas de Estado en el GAD Parroquial los colaboradores sienten que la comunicación con su jefe o coordinador es poco efectiva, esto en gran medida las fallas en la comunicación interna se deben a la falta de tiempo en general y la falta de un procedimiento claro. Bajo el testimonio del Técnico no existe Departamento de Comunicación en la Institución, solo un departamento de planificación y secretaría.
- La ausencia de este departamento incide no solamente en la comunicación interna sino también en la comunicación externa del GAD Parroquial, pues el plan comunicación para difundir las actividades realizadas no se implementará con base a estrategias adecuadas, lo cual según el analista de comunicación y relaciones públicas a largo plazo provoca la inconformidad no solo de los colaboradores, sino también de los habitantes de la parroquia. Ante aquella problemática recordemos a

Capriotti quien señala que en el plan estratégico de comunicación, se establece, recoge, sistematiza y presenta todo el proceso estratégico. Permite formalizar, estructurar, visualizar y tangibilizar los análisis realizados en las diferentes instituciones que se toman para la planificación y la actuación; por tanto, este plan de comunicación es el que define los objetivos intangibles y nos da una notoriedad pública y sobre todo para el posicionamiento de la marca para que nosotros saber que pretendemos lograr en cada ejercicio y actividades de comunicación.

- Ahora en palabras de Agustín Cueva es también es sumamente necesario un Dir. Com. quien es la persona encargada de elaborar el plan de comunicación, es el estratega el líder el comunicador social, el coordinador, el jefe de comunicación, como se lo llame en institución pública o privada, siempre va a haber un líder una cabeza de comunicación.

Por tal motivo, es importante para una institución pública tener un plan de comunicación y además un manual de crisis, pues la gestión de crisis es necesaria para cumplir con los objetivos propuestos por la institución, para cumplir con dicho objetivo primero se debe tener bosquejados lineamientos necesarios para tratar de combatir una crisis como la aplicación de una tabla prospectiva en donde se ejemplifiquen el manejo de diferentes escenarios, y en relación con esos escenarios establecer un manual de crisis. Como diría Villon Si se maneja adecuadamente, a largo plazo, la comunicación interna mejorará el funcionamiento de la organización, contribuyendo así a lograr sus objetivos, fortalecer la cultura corporativa de la entidad y mejorar su identidad e imagen institucional.

- Aunque se ha demostrado la relevancia del manual de crisis en el desarrollo de la discusión los datos demostraron que el GAD Parroquial de Valparaíso no posee un plan de comunicación, y menos un manual de manejo de crisis. Esto afecta directamente en la satisfacción laboral de los colaboradores del GAD y en la información brindada sobre sus actividades realizadas dirigidas a la comunidad. En consecuencia, es fundamental establecer un manual de crisis para poder gestionar de manera estratégica el mensaje y optimizar los tiempos, señala Agustín Cueva.
- En base a esta realidad se menciona que el GAD al estar a cargo de una parroquia pequeña el medio que se utiliza para informar a la población es el internet y el perifoneo, pues al estar situado en la parte alta se escucha en toda la población. No obstante, a veces las corrientes de viento pueden impedir que el comunicado llegue a toda la población. En esta situación Agustín Cueva considera que la forma de optimizar la comunicación es elaborando el plan estratégico de comunicación, ya que es una herramienta que dicta los recursos que se necesitan para solucionar esta problemática y que actividades implementar para disminuir la crisis comunicacional existente.
- A modo de ejemplo, se puede mencionar la elaboración de trípticos, entrega de una caja de fósforos con el mensaje a difundir, o la presentación de obras en las escuelas de la parroquia, con la intención de que los niños cumplan el rol de comunicadores para que el mensaje llegue a sus padres. Sin embargo, es importante subrayar que, si

estas estrategias de crisis se aplican como solución y no como prevención de crisis no erradicará el problema, sólo disminuirá su impacto.

- De ahí surge la importancia de la existencia no solo de un Departamento de Comunicación, sino también de tener un plan de crisis y que el mismo esté manejado por expertos en comunicación organizacional, pues no es lo mismo que un departamento esté dirigido por un personal especializado en otras áreas de conocimiento, a un máster especializado en comunicación organizacional y relaciones públicas.
- Por otra parte, es importante tener en cuenta los medios que se emplean y en qué lugar se utilizan, pues, aunque los dispositivos electrónicos son una parte vital del desarrollo de la vida actual, en las zonas rurales aún prevalece la comunicación presencial, por ser este el medio que mayor confianza emana para los habitantes, por tal motivo después de la pandemia se reforzó el contacto presencial. Es así que según los trabajadores en la encuesta los medios más utilizados para poder establecer comunicación en la particularidad del GAD Parroquial son las reuniones y asambleas. Según Charry (2018) se puede concluir entonces que, el éxito de la comunicación organizacional se relaciona principalmente con la capacidad de los directivos para transmitir y lograr que todos los mensajes y tareas se transmitan de manera clara.
- Por último, en tiempos de pandemia las actividades y la comunicación que se desempeñaba no cambió en relación con los días antes de la pandemia, pues según el presidente, no tuvieron ningún cambio durante este periodo, ya que al no tener casos de contagios pudieron trabajar con normalidad y por ende la comunicación de los colaboradores se realizó de forma normal, a excepción de los técnicos que laboraron bajo la modalidad de teletrabajo. Como dijo Orriaga (2021) la comunicación organizacional es un estudio de la teoría de las relaciones públicas, esta teoría establece que los esfuerzos se llevan a cabo de manera planificada y sostenible en su conjunto o en su conjunto por una organización. Estos esfuerzos se realizan para crear y mantener la buena voluntad para el entendimiento mutuo entre la organización y sus audiencias.
- Entre los recursos usados para la comunicación en el GAD se destacan el uso del internet. hojas, tinta para las impresiones en lo que es la computadora el mantenimiento se tiene que hacer, para el perifoneo el micrófono, y entre los medios se menciona al uso del teléfono, llamadas, mensajes de texto, correo electrónico, los circulares, notas y mensajes por medio de redes sociales. Por lo cual se puede decir que, los canales comunicacionales con mayor uso del GAD se basan en canales electrónicos y el tradicional cara a cara, según respuesta de los encuestados.



## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

- La gestión de la comunicación interna del GAD Parroquial de Valparaíso, durante el primer año de pandemia por COVID-19, no se manejó a través de una gestión estratégica impidiendo una comunicación fluida y efectiva, principalmente debido a que la mayoría de sus funcionarios son autoridades de elección popular pertenecientes a diferentes partidos políticos y cada una con un proyecto político distinto al cual buscan destacar.
- Después del análisis se identificó que la relación que posee la comunicación interna con la imagen corporativa se basa en la implementación de la comunicación organizacional y la gestión de relaciones públicas de la institución, pues una institución o empresa que no realice este tipo de comunicación tiene un problema comunicacional que a largo plazo le producirá una crisis que pudo ser evitada informando a los colaboradores de forma oportuna.
- Con base a los resultados se demostró que la comunicación interna que maneja el GAD Parroquial de Valparaíso durante la pandemia se desarrolló de manera presencial debido a la ausencia de casos por COVID-19, no obstante, durante este periodo los técnicos fueron los únicos que trabajaron bajo la modalidad de teletrabajo, utilizando el teléfono, e internet, el correo electrónico y las redes sociales como canales de comunicación oficial, durante la pandemia.
- Los resultados de las entrevistas y las encuestas demostraron que GAD Parroquial de Valparaíso no poseen estrategias concretas que les permitan comunicar sus actividades efectivamente a su público interno y externo por lo que sus trabajadores no se encuentran identificados con los valores y objetivos institucionales.
- Se reconoció que todos los problemas comunicacionales se desatan a partir de la ausencia de un Departamento de Comunicación y de un profesional en la materia que lidere la misma. Además, se suman como agravantes de la difícil situación la inexistencia de un plan de comunicación y manual de crisis en la Institución. Lo cual ha generado la insatisfacción y la inadecuada difusión de información a sus públicos.
- Se evidenció una falta de comunicación interna entre autoridades y funcionarios del GAD Parroquial lo cual genera inconvenientes en la gestión institucional puesto que no hay una identificación clara con los valores que requiere transmitir la misma ya que no se entiende a plenitud sus propósitos y lo que estos requieren de cada uno, en gran medida porque los subordinados no tienen las facilidades para poder comunicarse con su jefe y retroalimentar sus peticiones. La comunicación interna solo se realiza de manera formal (memorandos -convocatorias) y descendente es decir de jefe a empleado.
- Es sumamente necesario adaptar las estrategias comunicacionales de acuerdo con las necesidades particulares de cada población y a sus hábitos de comunicación, ya que

la estandarización existente limita la interacción óptima primero al interior de la organización y al exterior con la población, generando muchos vacíos comunicacionales y poca retroalimentación para poder enrumbar la comunicación.

## **5.2. Recomendaciones:**

- Realizar asambleas comunitarias para socializar los resultados de la presente investigación a fin de concientizar a las autoridades del Gad Parroquial sobre la importancia de mantener una buena comunicación interna ya que la comunicación externa no es más que el reflejo de lo que los públicos internos sienten y piensan de la institución.
- Para lograr una imagen corporativa hay que establecer una planeación de la comunicación de manera coherente ya que no se puede convencer a un público externo, sin antes plasmar los valores institucionales al interior de nuestra organización en nuestro personal.
- Adecuar las estrategias de comunicación de acuerdo con la realidad que vivamos en el territorio y no dejarnos llevar por lo que se ve en otros lugares.
- Crear campañas de comunicación que fortalezcan los lazos de compañerismo, los valores institucionales y mejoren el clima laboral abarcando a todos los funcionarios y la población aprovechando que es pequeña, por lo que una jornada de puertas abiertas sería muy fácil de aplicar y muy beneficiosa.
- Aplicar el plan de comunicación de acuerdo a las particularidades y necesidades del GAD Parroquial, sin olvidarnos de hacer una evaluación regularmente de las estrategias utilizadas y su efectividad.

## CAPÍTULO VI

### 6. Referencias Bibliográficas

- Acevedo, L., & Vidal, E. (2019). La familia, la comunicación humana y el enfoque sistémico en su relación con la esquizofrenia. *Medisan*, 23(1), 131-145.
- Acosta, R., & Torres, W. (2020). *Acosta Guatemal, R. P. (2020). Gobernanza para el desarrollo productivo del gobierno autónomo descentralizado de la parroquia rural de Olmedo–Cayambe en el año 2019*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Balarezo, B. (2016). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Bonilla, G. (2020). *Descripción de los elementos visuales de la campaña “Sin Rastros Perdidos” en el período 2015-2016 en Redes Sociales a través de un Book Infográfico*. Quito: Bachelor's thesis.
- Cadenas, H. (2016). La función del funcionalismo: una exploración conceptual. *Sociologías*, 18(41), 196-214.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. [http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC\\_4ed.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf)
- Carmen, K., & Masias, R. (2017). *Factores relevantes en las teorías de la administración*. Piura: Universidad de Piura.
- Casellas, A., Pujol, A., Vera, A., & Blanch, M. (2013). *Gobernanza local y espacio rural: un análisis territorial desde la perspectiva de género*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles.
- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34.
- Chavez, G., & Peralta Luna, V. (2021). *La comunicación organizacional y su incidencia en el trabajo en equipo de la Municipalidad Distrital de Bellavista 2021*. Universidad Cesar Vallejo.
- Chilán, A. (2021). La comunicación interna y su incidencia para el desarrollo de la empresa de transformación digital Webdit en Ecuador. Periodo octubre 2020 febrero 2021. Universidad Cesar Vallejo.
- Costa, J. (s/f). *El DirCom en la era de los intangibles y la Reputación*. Reddircom.com. Recuperado el 2 de marzo de 2023, de [http://reddircom.com/pdfs/art\\_joan\\_costa.pdf](http://reddircom.com/pdfs/art_joan_costa.pdf)
- Díaz, D., & Colmenares, B. (2019). *Comunicación organizacional como fundamento para la productividad en empresas competitivas*. Bogotá: Universidad ECCI.
- Egas, E., & Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Revista*, 39(24), 1-13.

- Farinós, J. (2011). Inteligencia territorial para la planificación y la gobernanza democráticas. *Proyeccion*(11).
- Fuentes, R. (2005). Everett M. Rogers (1931-2004) y la investigación Latinoamericana de la comunicación. *Comunicación y Sociedad* (4), 93-125.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural De Valparaíso. (2015). *Actualización del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Valparaíso*. Valparaíso.
- López, D. (2017). ¿Sueñan las estructuras con agentes?, o venturas y desventuras del pensamiento estructural para la historia. *Historiografías: revista de historia y teoría* (13), 4-54.
- Loza, J. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de la empresa de seguridad. *Espacios* (20).
- Maldonado, C. (2020). *Plan de comunicación estratégica para la aplicación en Pymes Caso de estudio empresa G&M Copiadora Quito*. Quito:Universidad Andina Simón Bolívar.
- Montecé Moreno, C. (2020). “Diseño de Plan de Comunicación Externa para fortalecer la Imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Vinces [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14734/1/T-UCSG-POS-MPGC-6.pdf>
- Municipio de Guano. (2022). *Parroquia Valparaíso*. Obtenido de Municipio de Guano: <http://www.municipiodeguano.gob.ec/index.php/ciudad/parroquias/valparaiso>
- Obando, B. (2018). *Elementos estructurales para el cambio organizacional de una empresa familiar. caso: distribuidora de vehículos en la región sur del Perú periodo enero-abril 2018*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Olmedo, R. (2021). La comunicación política en Internet: el caso de# Red AMLO en México. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 109-130.
- Orriaga, M. (2021). Relaciones públicas: involucramiento de la teoría relacional en los procesos de comunicación intercultural. *Hologramática*, 34(1), 3-25.
- Peñarreta, K., Montalván, S., & Recalde, J. (2021). Incidencia de la comunicación interna en la identidad institucional del docente de la Universidad Politécnica Salesiana. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte* (63), 4-125.
- Pineda, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 7(1), 9-25.
- Pulido Polo, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. (U. d. Venezuela, Ed.) *Opción*, vol. 31(núm. 1), 06. Recuperado el 30 de 10 de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005061.pdf>

- Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, 96-111.
- Rodríguez, L., & Vázquez, P. (2019). Retos y perspectivas en la comunicación organizacional. *Profesional de la Información*, 28(5).
- Salinas, F. (2020). Efectividad de los canales de comunicación interna en empresas privadas, diciembre 2020. *Universidad de San Martín de Porres*, Lima.
- Sixto, J., López, X., & Fuente, G. d. (2021). La mensajería instantánea como fuente informativa en la comunicación organizacional: WhatsApp Business en México y España. *Comunicación y sociedad*, 18.
- Soto, M., & Ortega, M. (2021). *Percepción de los empresarios de un municipio del estado de Guanajuato acerca de las compras potenciales y de las ventas reales*. Guanajuato: Universidad Politécnica de Guanajuato.
- Suárez, J. M. (2021). *Comunicación Política en redes sociales y su influencia en la opinión pública en tiempos de confinamiento por el Covid-19 Caso: Pre Campañas Presidenciales 2020*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Torres, O. (2020). *Modelo de liderazgo transformacional para la comunicación organizacional en el Ministerio Público – Chota*. Callao: Universidad Cesar Vallejo.
- Valero, J. M., Carvajal, M., & García, J. A. (2019). Flujos de trabajo para el periodismo postindustrial: métodos y programas para una comunicación organizacional más ágil y transversal. *Profesional de la Información*, 28(5).

## **ANEXOS:**

**Anexo 1:** Guion de entrevista a especialista en comunicación organizacional

### **ENTREVISTA A EXPERTO**

#### **Datos generales:**

Objetivo:

Analizar la importancia de la implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo de instituciones y establecer acciones para situaciones de crisis comunicacional en el sector público.

#### **Información netamente académica**

#### **Dirigida a:**

Nombre:

Edad:

Profesión:

Líneas de investigación:

Especialización:

Institución en la que labora:

Cargo:

#### **Guía de Preguntas:**

1. ¿Por qué es importante manejar una estrategia comunicacional para el correcto funcionamiento y desarrollo de las instituciones?
2. ¿Considera que existe una gestión estratégica de la comunicación en el sector público especialmente en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, por qué?
3. ¿Por qué la comunicación interna es clave para el funcionamiento de una empresa o institución?
4. ¿Qué herramientas o instrumentos son claves al momento de mejorar la comunicación interna?
5. ¿De qué manera mejorará el desarrollo de los procesos internos al optimizar la comunicación interna en una institución?
6. ¿Cómo evaluar si la comunicación interna utilizada satisface las necesidades de una institución?
7. En una institución se ha presentado un fallo o crisis en la comunicación interna ¿qué recomienda hacer para hallar las falencias y mejorar los procesos?
8. ¿Considera usted que aplicar una gestión de crisis es necesaria para cumplir con los objetivos propuestos por las instituciones?
9. ¿Cómo considera usted que la gestión de crisis se aplica en el sector público?

10. ¿Cómo se debe capacitar al personal de comunicación para una gestión oportuna de crisis en el sector público?
11. ¿De qué manera se puede articular el desarrollo estratégico entre los distintos departamentos de un gobierno autónomo descentralizado?

**Anexo 2:** Fotografía realizando la entrevista al especialista en comunicación organizacional.

**Entrevista vía zoom:** Msc. Agustín Cueva, Analista de Comunicación y Relaciones Públicas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



**Anexo 3:** Guion de entrevista a Presidente y Técnico del GAD Parroquial de Valparaíso  
**ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE Y DIRECTORES DEL GADP DE VALPARAÍSO**

**Objetivo:**

Identificar cuáles son las estrategias comunicacionales utilizadas por los directivos del GADP de Valparaíso para mantener la comunicación con los trabajadores de la Institución. Información será académica

**Preguntas de introducción:**

Nombre:

Cargo:

Edad:

Profesión o actividad:

Cuénteme un pequeño resumen ¿cuáles son las funciones que cumple a diario?

¿Cuántas personas trabajan con usted?

¿Cómo se comunica usted como líder/coordinador con sus colaboradores?

**Guía de preguntas:**

1. ¿De qué forma o qué estrategia emplea usted para motivar y comprometer a su personal a cargo?

2. ¿Cuáles son los medios que emplea el GAD Parroquial de Valparaíso para mantenerse en contacto con sus colaboradores?
3. ¿Qué estrategias comunicacionales se utilizan en el GAD Parroquial de Valparaíso y cuál es su objetivo?
4. ¿Por qué considera que es importante la comunicación interna con su equipo de trabajo?
5. ¿Cómo hace que su equipo de trabajo sea parte de la toma de decisiones del GAD Parroquial?
6. ¿Qué tipo de recursos administrativos (tecnología, personal, financieros, materiales) son necesarios para poder desarrollar las estrategias de comunicación interna y externa? (redacción más sencilla)
7. ¿Cómo lograron mantenerse comunicados en momentos de pandemia y confinamiento con los colaboradores, y de forma externa con la población?
8. Posterior a la pandemia, ¿qué ha cambiado en cuestión de comunicación interna, qué aprendizajes tuvieron?
9. ¿Qué se puede mejorar para lograr una mejor comunicación (interna con los colaboradores del GAD parroquial y externa con la población)?

**Anexo 4:** Fotografías realizando las entrevistas al Presidente y Técnico del GAD Parroquial de Valparaíso.



**Anexo 5:** Oficio al GAD Parroquial solicitando su colaboración para realizar la investigación.





DIRECCIÓN ACADÉMICA  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.21

Guano, 07 de junio del 2022.

Sr.  
Mauro Zuñiga  
PRESIDENTE GAD PARROQUIAL DE VALPARAÍSO  
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo de parte de Felipe Marcillo, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo, a la vez expresar los deseos de éxitos en las funciones que acertadamente desempeña para el bienestar de nuestros coterráneos Guaneños.

Conocedor de su siempre manifiesto espíritu altruista y de colaboración, por medio de la presente, me permito solicitar de la manera más cordial el poder contar con su participación y de la institución que muy bien representa en mi proyecto de tesis Titulado "Gestión de la comunicación interna en el Gad Parroquial de Valparaíso Guano, durante la pandemia por covid, año 2020".

Para lo cual necesito de su ayuda para poder realizar una entrevista y la de sus trabajadores para llenar una encuesta, en torno a cómo se maneja la comunicación dentro del Gad parroquial.

Seguro de contar con su colaboración, anticipo mis agradecimientos

Atentamente,

Felipe Marcillo  
Estudiante Unach  
Cel. 0987825439  
Correo: felipimherrera@gmail.com



## **ENCUESTA DIRIGIDA A COLABORADORES DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE VALPARAÍSO**

**Objetivo:** Establecer cómo se desarrollan los procesos de comunicación interna en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Valparaíso y su efectividad.

La información recabada en esta encuesta será para tratar meramente temas académicos.

**Edad:**

18 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

46 años en adelante

**Sexo:**

Masculino

Femenino

**Profesión o actividad laboral:**

**Cargo en el GAD:**

Marque con una X la respuesta que usted selecciona.

**1. En general, ¿cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna (boletines, comunicados, etc.) del GAD parroquial de Valparaíso con sus funcionarios?**

Nada satisfecho

Poco satisfecho

Satisfecho

Bastante satisfecho

Muy satisfecho

**2. ¿Cree que la comunicación interna que se da en el GAD Parroquial (la que usted recibe) favorece a que usted como funcionario conozca lo que ocurre dentro de la institución y los valores de la misma?**

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

**3. En caso de contestar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo ¿A qué cree que se debe esto?**

Falta de tiempo en general

Falta de un procedimiento claro

Falta de una definición clara de estos valores

Otro ¿Cuál?

**4. En términos generales ¿Cómo valora la efectividad en la comunicación con su jefe o coordinador?**

Nada efectiva  
Poco efectiva  
Efectiva  
Bastante efectiva  
Muy efectiva  
No estoy seguro/a

**5. ¿Cuál de los siguientes canales de comunicación utiliza su jefe o coordinador? Puede señalar varios**

Reuniones  
Correo electrónico  
Teléfono  
Circulares, notas  
Memorandos  
Boletines  
Conversaciones casuales  
Mensajes vía redes sociales (Facebook Messenger, WhatsApp, Instagram, etc.)  
Mensajes de Texto

**6. ¿Usted habla libremente y se puede comunicar con su jefe directo y otros trabajadores del GAD Parroquial?**

Totalmente de acuerdo  
De acuerdo  
Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
En desacuerdo  
Totalmente en desacuerdo

**7. ¿Tiene todo lo necesario para realizar su trabajo?**

Totalmente de acuerdo  
De acuerdo  
Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
En desacuerdo  
Totalmente en desacuerdo

**8. ¿Cree que la información que brinda el GAD parroquial de Valparaíso sobre las actividades realizadas está dirigida hacia toda la comunidad?**

Totalmente de acuerdo  
De acuerdo  
Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
En desacuerdo  
Totalmente en desacuerdo

**9. ¿Cree que la comunicación interna (que existe dentro) influye en la satisfacción laboral de los colaboradores del GAD Parroquial de Valparaíso?**

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

**10. ¿Cuáles son los medios y canales de comunicación que utiliza el GAD Parroquial de Valparaíso para informar sobre la gestión a la población externa?**

Radio

Televisión

Prensa Escrita

Internet

Redes Sociales (Facebook, Instagram, YouTube, etc.)

**11. ¿Cree que la comunicación externa utilizada por el GAD Parroquial de Valparaíso es la adecuada?**

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

Gracias por su colaboración.

**Anexo 7:** Propuesta- Plan de Comunicación para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Valparaíso.

**1. PROPUESTA.**

En este capítulo se desarrolla la propuesta del Plan de Comunicación Interna en cascada para el GAD parroquial de Valparaíso-Guano, la cual consta de: diagnóstico, enfoque teórico, misión, visión, estrategias, objetivos, políticas, modelo de intervenciones, presupuesto y evaluación.

**Diagnóstico**

El GAD parroquial de Valparaíso-Guano es la institución gubernamental encargada de la administración, mantenimiento y explotación de los bienes del sector público en beneficio de los ecuatorianos dentro de los límites de la Constitución y la ley. Por lo tanto, el GAD debe entregar servicios públicos que satisfagan las necesidades de las comunidades sobre las que tiene autonomía política, financiera y administrativa.

La comunicación promueve el desarrollo de procesos en la institución para el desarrollo integral de todos los servidores públicos, con la intención de coordinar y organizar actividades, que faciliten el flujo de información y por ende gestión entre los miembros que conforman la institución gubernamental.

En este contexto, se realizó un estudio de comunicación interna involucrando a todos los servidores del GAD del Departamento de Guano de Valparaíso, el cual está constituido por seis empleados:

**Tabla 1**

*Autoridades del GAD parroquial de Valparaíso-Guano*

<b>Nombre del funcionario</b>	<b>Cargo</b>
Mauro Rómulo Zúñiga Saigua	Presidente
Klever Efraín Saigua Agualongo	Vicepresidente
Milton Leonardo Orozco Vilema	Primer Vocal
Fausto Nelson Hidalgo	Segundo Vocal
Fausto Rubén Hidalgo	Tercer Vocal

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

Este GAD tiene la potestad financiera de designar un gerente de comunicación, ya que su enfoque de servicio público le permite posicionarse o moldearse de acuerdo a la gestión

que desarrolla, de modo que el proceso de comunicación se convierta en la piedra angular de una efectiva conexión interna y externa.

La implementación de este plan pretende mejorar la comunicación interna y todo el proceso que le sigue, así como las políticas y estrategias que orientan las actividades de acuerdo con los objetivos de la organización, por lo mismo que su implementación incrementa el compromiso de todos componentes requiere planificación y supervisión de las actividades realizadas.

Un plan de comunicaciones es una hoja de ruta que combina conocimientos técnicos, teóricos y prácticos para desarrollar políticas y estrategias accionables cuyo cumplimiento se monitorea y controla.

La estructura del GAD en el municipio de Valparaíso Guano es jerárquica ya que existen niveles administrativos establecidos donde cada individuo que une el nivel tiene responsabilidades, por ejemplo:

Dirección:

- Presidenta y vicepresidente

Administrativo:

- Tres vocales designados

## **FODA**

**Tabla 2**

*FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autonomía política, administrativa y financiera.</li> <li>• Disposición para contratar empleados.</li> <li>• Interesado en especialista en comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas aplicaciones de mensajería adaptadas a las necesidades de comunicación de GAD.</li> <li>• Presupuesto planificado</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay especialista en comunicación.</li> <li>• No hay plan de comunicación.</li> <li>• Falta de interés en el proceso de comunicación interna.</li> <li>• Mal uso de los canales de comunicación.</li> <li>• Sin participación en eventos internos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento de las actividades del GAD.</li> <li>• Filosofía, valores, fines originales del GAD.</li> <li>• Falta de confianza por falta de plan de comunicación.</li> <li>• Varios enlaces interinstitucionales</li> </ul>
---	--

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

## ÁRBOL DE PROBLEMAS

**Tabla 3**

*Árbol de problemas*

CAUSA	EFEECTO	CONSECUENCIA
El GAD parroquial de Valparaíso-Guano no cuenta con un especialista en comunicación.	Dificultades en el flujo de información entre los miembros del GAD.	La información no es clara, por lo que no hay buenas críticas.
El GAD Parroquial Valparaíso-Guano no cuenta con un plan de comunicaciones.	No se proporcionan medidas ni estrategias a modo de orientación en la comunicación.	Mala comunicación con el público interno.
El GAD no ha establecido ningún canal de comunicación.	La información no es permanente ni única.	Desinformación para el público nacional.

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

## JERARQUÍA DE PROBLEMAS

**Tabla 4**

*Jerarquía de problemas*

<b>Nivel de jerarquía</b>	<b>Problema</b>
1	El GAD parroquial de Valparaíso-Guano no cuenta con un especialista en comunicación.
2	El GAD parroquial de Valparaíso-Guano no cuenta con un plan de comunicaciones,
3	El GAD no ha establecido ningún canal de comunicación.
4	Mala comunicación con el público interno.
5	Desinformación para el público nacional

Elaborado por: Gustavo Felipe Marcillo Herrera

### **Enfoque teórico**

#### **Comunicación institucional**

Definen las formas de comunicación y permiten comprender la riqueza de cada proceso, centrándose en todos los elementos: emisor, perceptor, mensaje, canal, código y retroalimentación, para abordarlos de forma complementaria y reconocer los contextos, como la institución gubernamental puede entenderse como un espacio de desarrollo e implementación con el fin de alcanzar objetivos comunes (Portugal, 2019).

Es una organización en la que el protagonista se convierte en una organización que parece hablarle y se dirige a él como sujeto social. En este escenario, su vocación es construir relaciones con los diferentes públicos con los que entra en contacto, en términos de veracidad e intimidad, para lograr la plena aceptación de la institución gubernamental por parte del público, tanto externo como interno.

Sigue las líneas de los sistemas y subyace en la teoría general de sistemas, en la que una organización coexiste e interactúa con los sistemas o entornos circundantes. y un compromiso externo con las empresas miembro para proporcionar información periódica sobre todas las actividades en curso (Burgueño, 2020).

Esta es una forma de transmitir y recibir información para satisfacer las necesidades e intereses de la institución gubernamental tanto internamente como externamente en el interés público. El objetivo principal de este tipo de comunicación es lograr objetivos específicos que satisfagan las demandas de un mundo dinámico. Además, una vez



alcanzados estos objetivos, se evalúa si realmente se han alcanzado los factores asociados al crecimiento de la organización.

### **Comunicación interna**

Es una herramienta que asegura la competitividad a través de estrategias que inciden en los empleados, para tener una cultura corporativa que conlleve al crecimiento y al mismo tiempo al éxito de la institución u organización, porque sí existe una relación de comunicación efectiva entre directivos y empleados. para aumentar la eficacia del fortalecimiento institucional (Tessi, 2019).

Es necesario en todas las instituciones porque se presenta como un fenómeno que condiciona el trato de todas las personas que intervienen en la estructura organizacional. Este tipo de comunicación se puede definir como un conjunto de principios bien establecidos propuestos para lograr una mejor relación de trabajo entre los miembros de la junta, ya que es importante para el desarrollo continuo de la institución.

Se basa en la responsabilidad y compromiso de todos los que forman parte de la institución, por lo que se reflejan cambios importantes en las instituciones, tales como: mayor motivación de los servidores, mejores resultados, excelente ambiente de trabajo, creatividad e ingenio que ayudarán a afrontar las crisis que se presenten, ya que el fondo arranca con las mejores condiciones operativas (Condor, 2018).

Se trata de la recolección y medición de datos en la institución con el propósito de ordenar la información y diseñar los flujos de comunicación pertinentes. Al mismo tiempo, debe generar acciones, recursos y mensajes para lograr los objetivos de la institución y asegurar la confianza de sus miembros en un momento y lugar determinados. La comunicación interna y su gestión no se trata solo de usar la autoridad, sino también de construir una asociación entre los miembros, la institución y lo que se necesita lograr.

### **Plan de comunicación**

Esto requiere procesos como la definición de un plan de comunicación interna compatible con las necesidades y la cultura de la institución, junto con apoyos y herramientas como: diagnóstico de la situación de la comunicación, plan del proyecto de comunicación, estrategias, acciones, implementación y seguimiento. Por lo tanto, el desarrollo de la institución se basará en el apoyo profesional, donde cada colaborador de la institución encontrará un soporte (Casals, 2019).

Es una forma de escritura que combina tácticas, estrategias, acciones, herramientas y objetivos de comunicación dirigidos tanto a organizaciones internas como externas. Además, sirve para controlar las actividades de comunicación, como documento para controlar y evitar ciertas acciones, también sirve para el seguimiento y evaluación continua de los procesos con posibilidad de encontrar errores, lo que mejora la comunicación de la institución.

Es un documento que trata de implementar con el público objetivo diferentes estrategias encaminadas a difundir el mensaje de acuerdo con el contexto en el que se encuentra la institución y el público. Es una herramienta que implica una planificación formal para

lograr los objetivos de la institución en un espacio y tiempo determinados (Viñes & Gauchi, 2020).

Al realizar una investigación profunda para mejorar el proceso de mejora en una institución u organización, un plan de comunicación sólido es una herramienta importante que todas las partes interesadas deben tener, ya que sirve como base para hacer negocios. lograr sus objetivos y seguir siendo competitivos en este entorno.

### **Misión**

El GAD parroquial del Valparaíso tiene por misión ofrecer servicios públicos de calidad con equidad, para contribuir al desarrollo sostenible de la parroquia y sus habitantes.

### **Visión**

El GAD parroquial del Valparaíso se constituirá en un ejemplo del desarrollo por su sistema de gestión interna altamente eficiente, que proporcione a sus usuarios medios de comunicación para informarse servicios que cubran sus necesidades.

### **Objetivos**

#### **General**

Diseñar un plan de comunicación para el Gobierno Autónomo descentralizado parroquial del Valparaíso donde se incluyan estrategias para mejorar la comunicación interna y así fortalecer la Imagen Corporativa.

#### **Específicos**

- Crear canales de comunicación formales para obtener una rápida retroalimentación de los servidores.
- Posicionar la Imagen Corporativa del Gad parroquial en la comunidad.
- Promover el fortalecimiento del clima laboral del GAD parroquial del Valparaíso

### **Estrategias comunicacionales: que se propone para viabilizar los objetivos.**

#### **Estrategia 1**

##### **Dinamizar los procesos comunicativos de la institución mediante canales informales**

Esta estrategia tiene como objetivo crear vínculos entre todos los servidores, crear puentes y facilitar los procesos internos. Consta de dos acciones las dos primeras de las cuales corresponden a plataformas digitales institucionales creadas específicamente para esta institución gubernamental. Estos dos servicios, chats oficiales de WhatsApp y grupo cerrado de Facebook

En relación con el chat y grupo de Facebook del GAD de carácter formal es manejado en el área de comunicación con el objetivo de informar a todos los servidores de manera clara, específica y oportuna, infundiendo confianza en los servidores y evitando desvinculaciones.

## **Estrategia 2**

### **Mejorar espacios de comunicación externa del GAD parroquial del Valparaíso**

Generar espacios de diálogo entre los servidores del GAD parroquial del Valparaíso, dan lugar la estrategia tiene la finalidad de mejorar las paginas oficiales del GAD parroquial del Valparaíso, ya que en la actualidad su pagina web tiene un formato poco atractivo, aunado a la falta de actualización semanal de las mismas, por ende, se pretende diseñar un Blog de comunicación interna del GAD, se sugiere el mejoramiento de la página web y utilizar el perifoneo para informar las actividades semanales de la parroquia.

Por lo tanto, el blog oficial interno y externo se posicionará como una herramienta diseñada para difundir y centralizar información considerada importante y actualizada para todos los miembros de la comunidad.

Al final es importante mencionar que si bien el GAD parroquial del Valparaíso ya posee una página web esta debe ser actualizada periódicamente, lo cual abarca no solo la información subida, sino también el diseño de la página, dado que la renovación de imagen motivaría a los habitantes a revisar periódicamente los canales oficiales de la parroquia, cuidando de disipar dudas y brindar información relevante, mejorando así la imagen corporativa del GAD.

## **Estrategia 3**

### **Organizar actividades que mejoren en clima laboral del GAD parroquial del Valparaíso**

El objetivo de esta última estrategia es mejorar la relación que tiene el GAD con la comunidad, las acciones para esta estrategia incluyen actividades como desayunos institucionales, y la producción de un video institucional.

## **Acciones**

### **Estrategia1**

#### **Dinamizar los procesos comunicativos de la institución mediante canales informales**

<b>Acción 1</b>
-----------------

<b>Chats oficiales de WhatsApp</b>
------------------------------------

<b>Objetivo</b>	Con esta acción se espera que el 95% de los de los servidores que laboran en el Gad puedan informarse de forma rápida y eficaz sobre los temas institucionales, a través del chat oficial de WhatsApp
<b>Productos</b>	Chat oficial del Gad parroquial, entre servidores y autoridades.
<b>Público</b>	Interno
<b>Presupuesto</b>	\$ 0.00

<b>Acción 2</b> <b>Grupo cerrado de Facebook</b>	
<b>Objetivo</b>	Por medio de esta acción se espera que el 95% se mantenga informado de del trabajo a realizar , cuales son los logros que deben alcanzar y noticias institucionales que se consideren importantes.
<b>Productos</b>	Grupo cerrado de Facebook.
<b>Público</b>	Interno
<b>Presupuesto</b>	\$ 0.00

## Estrategia 2

### Mejorar espacios de comunicación externa del GAD parroquial del Valparaíso

<b>Acción 3</b> Blog de comunicación interna y externa del GAD	
<b>Objetivo</b>	Se pretende que la parroquia cuente con un blog que facilite la publicación de información desde una plataforma oficial que se actualice periódicamente.
<b>Productos</b>	Blog institucional.
<b>Público</b>	Interno y externo.
<b>Presupuesto</b>	\$ 0.00

<b>Acción 4</b> <b>Mejoramiento de la página web</b>	
<b>Objetivo</b>	Se busca renovar la imagen de la página web del GAD parroquial y mantener actualizada la plataforma con la intención de motivar tanto a los servidores como habitantes informados de la gestión de la institución.
<b>Productos</b>	Actualización del diseño e información de la página web del GAD parroquial
<b>Público</b>	Interno y externo.
<b>Presupuesto</b>	\$ 0.00

<b>Acción 5</b> <b>Perifoneo para informar a la parroquia</b>	
<b>Objetivo</b>	Mantener informados a los habitantes que no poseen dispositivos electrónicos o que la falta de conectividad no les permita acceder a las plataformas digitales oficiales del GAD.
<b>Productos</b>	Perifoneo comunitario
<b>Público</b>	Externo
<b>Presupuesto</b>	\$1.200

### **Estrategia 3**

#### **Organizar actividades que mejoren en clima laboral del GAD parroquial del Valparaíso**

<b>Acción 6</b> <b>Desayunos institucionales</b>	
<b>Objetivo</b>	Se pretende que los servidores que conforman el GAD parroquial del Valparaíso compartan un momento ameno, con la finalidad de que

	aprendan a trabajar en equipo, fortaleciendo sus relaciones interpersonales para sinérgicamente alcanzar los objetivos del GAD.
<b>Productos</b>	Desayunos institucionales
<b>Público</b>	Interno
<b>Presupuesto</b>	\$25

<b>Acción 7</b>	
<b>Video de memorias institucionales</b>	
<b>Objetivo</b>	Se busca compartir las experiencias entre los servidores mediante la proyección de un video que muestre fotografías y anécdotas acontecidos durante su gestión
<b>Productos</b>	Video de memorias institucionales
<b>Público</b>	Interno
<b>Presupuesto</b>	\$0.00

## Cronograma

: los plazos y tiempos en los que se tiene que ir ejecutando cada cosa

N°	Acciones a ejecutar	Febrero				Marzo				Abril				META / RESULTADO ESPERADO	OBSERVACIONES
		1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S		
1	Chats oficiales de WhatsApp													Mantener comunicado al 95% de los servidores del Gad	
2	Grupo cerrado de Facebook													Informa al 95% de los servidores del Gad sobre sus labores a realizar	
3	Blog de comunicación interna y externa del GAD													Facilitar información por medio del Blog a los servidores y habitantes de la parroquia	
4	Mejora de la página web													Renovar la imagen de la página web del GAD parroquial	
5	Perifoneo para informar a la parroquia													Mantener informados a los habitantes que no poseen dispositivos electrónicos	
6	Desayunos institucionales													Fortalecer las relaciones interpersonales para mejorar el trabajo el equipo	
7	Video de memorias institucionales													compartir las experiencias entre los servidores mediante la proyección de videos	
8	Evaluación													Medir el alcance del plan de comunicacion	

## Presupuestos

Nº	PARÁMETROS DE REVISION	MES 1	MES 2	MES 3	Total
1	Internet	\$42, 00	\$42, 00	\$42, 00	\$126,00
2	Impresiones	-	\$05,00	\$20,00	\$25,00
3	Copias	-	-	\$15,00	\$15,00
4	Transporte	\$10,00	-	\$40,00	\$50,00
5	Alimentación	\$05,00	\$20,00	\$20,00	\$45,00
6	Papelería (Cuaderno, hojas, esferos, lápiz, borrador)	\$5,00	-	\$5,00	\$10,00
7	Perifoneo para informar a la parroquia	-	\$1.200	-	\$1.200
8	Desayunos institucionales	-	-	\$25	\$25
<b>Total</b>					<b>\$1.496,00</b>

## Evaluación

El Plan de Comunicación es una herramienta que posee estrategias, objetivos y acciones de comunicación requeridos para mejorar y fortalecer la gestión de la comunicación interna del GAD parroquial del Valparaíso, a través de la planificación y optimización de recursos. Este plan asegura el seguimiento y evaluación de estos procesos y sirve como herramienta orientadora para el constante refinamiento y adaptación del plan de comunicación a las necesidades institucionales de Gad.

Luego de aplicar el plan de comunicación se pretende evaluar las acciones por medio de técnicas mixtas, para determinar la factibilidad de la propuesta y así establecer nuevos parámetros de mejora. Las técnicas de evaluación según las acciones son:

Estrategia	Acción	Publico	Técnica de evaluación
<b>Estrategia1</b>	Chats oficiales de WhatsApp	Interno	Encuesta



<b>Dinamizar los procesos comunicativos de la institución mediante canales formales</b>	Grupo cerrado de Facebook	Interno	Encuesta
<b>Estrategia 2</b> <b>Mejorar espacios de comunicación externa del GAD parroquial del Valparaíso</b>	Blog de comunicación interna y externa del GAD	Interno y externo	Análisis de contenido
	Mejora de la página web	Interno y externo	Análisis de contenido
	Perifoneo para informar a la parroquia	Externo	Encuesta
<b>Estrategia 3</b> <b>Organizar actividades que mejoren en clima laboral del GAD parroquial del Valparaíso</b>	Desayunos institucionales	Interno	Entrevista
	Video de memorias institucionales	Interno	Encuesta