



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ESTUDIANTE:**  
**JOSE FERNANDO BORBOR SUÁREZ**

**DOCENTE TUTOR:**  
**LCDO. ÁNGEL MATAMOROS DÁVALOS PHD**

**ARTICULO ACADÉMICO:**  
**ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DEL GABIERNO AUTÓNOMO**  
**DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA MANGLARALTO**

**2022**

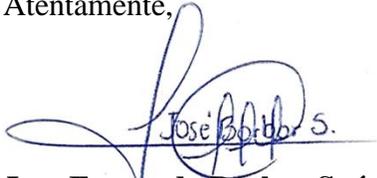


## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quien suscribe; **Jose Fernando Borbor Suárez** con C.C: **0922802772**, estudiante de la Carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Artículo Académico presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo tema es: **Estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto**. Corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, enero del 2022

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jose Borbor S.', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

**Jose Fernando Borbor Suárez**  
**C.C. 0922802772**



UNIVERSIDAD ESTADAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA COMUNICACIÓN

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC ARTÍCULO ACADÉMICO  
MODALIDAD TELETRABAJO**

La Libertad, 18 de enero de 2022

Magíster  
BENJAMÍN WILSON LEON VALLE, MDL  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**  
En su despacho. –

En calidad de tutora asignada por la carrera de Comunicación, informo a usted que: **Jose Fernando Borbor Suárez**, con cédula de identidad N° **0922802772**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el **Instructivo para la implementación de la Unidad de Integración Curricular – UIC**, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de covid-19.

**Art 14.- Actividades académicas del docente tutor.** - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular en la plataforma Zoom, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que: **Jose Fernando Borbor Suárez**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Artículo Académico: **Estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; Artículo Académico. Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lcdo. Ángel Matamoros Dávalos Mgrt.

**DOCENTE TUTOR**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



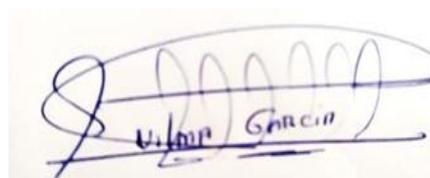
Lcdo. Benjamín Wilson León Valle,  
Mgtr. **DIRECTOR CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



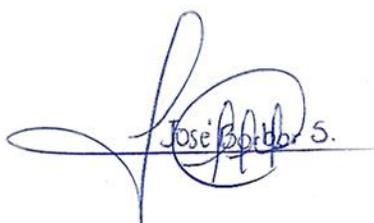
Lcdo. David Xavier Echeverría Maggi,  
Mgtr. **DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Ángel Matamoros Dávalos, PhD.  
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



Lcda. García González Vilma Maribel, Mgtr.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Borbor Suarez José Fernando  
**ESTUDIANTE**

Estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la  
Parroquia Manglaralto

**Communications strategies of the Decentralized Autonomous Government of  
the Manglaralto parish**

**Autor:**

Jose Fernando Borbor Suárez  
<https://orcid.org/0000-0002-1251-2690>  
Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador  
[jose.borborsuarez@upse.edu.ec](mailto:jose.borborsuarez@upse.edu.ec)

**Tutor:**

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos  
<https://orcid.org/0000-0003-1915-9452>  
Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador  
[amatamoros@upse.edu.ec](mailto:amatamoros@upse.edu.ec)

## **Resumen**

En el presente trabajo de investigación: Estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto. Tiene como objetivo: analizar las estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto, para fortalecer su vínculo con los ciudadanos, utilizando la metodología con base al enfoque cualitativo, con una investigación básica-descriptiva y un diseño de investigación documental, considerando como población a cuatro funcionarios de la institución. Para ello se utilizó la técnica de entrevista y como instrumento una guía de preguntas, donde se obtuvo el siguiente resultado: la entidad si posee estrategias comunicacionales tanto estrategia social media y de visibilidad. Por otra parte, se evidencia como estrategias a los medios tradicionales para difundir información donde se mencionan los volantes y spots publicitarios. Refiriéndose a la discusión se considera necesario que la institución fortalezca sus estrategias para mejorar la comunicación con el público. En conclusión, se evidencia la falta de un área de comunicación que permita resolver las necesidades comunicativas entre el GAD de la Parroquia Manglaralto y los ciudadanos.

**Palabra Clave:** Estrategias comunicacionales, comunicación institucional, plan estratégico; Gobierno Autónomo Descentralizado.

## **Abstract**

In the present research work: Communicational Strategies of the Decentralized Autonomous Government of the Manglaralto Parish. Its objective is: to analyze the communicational strategies of the Decentralized Autonomous Government of the Manglaralto Parish, to strengthen its bond with citizens, using the methodology based on the qualitative approach with a basic-descriptive research and a documentary research design, considering as population four officials of the institution. For this, the interview technique was used and a question guide was used as an instrument, where the following result was obtained: the entity does have communication strategies, both social media and visibility. On the other hand, it is evidenced as strategies to the traditional media to disseminate information where flyers and advertising spots are mentioned. Referring to the discussion, it is considered necessary for the institution to the discussion, it is considered necessary for the institution to strengthen its strategies to improve communication with the public. In conclusion, the lack of a communication area that allows solving the communication needs between the GAD of the Manglaralto Parish and the citizens is evident.

**Keywords:** Communication strategies, institutional communication, strategic plan, Decentralized Autonomous Government



## Introducción

Este trabajo de investigación se basa en estudiar las estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto, por ello, se fundamentan investigaciones a nivel internacional, nacional y local que ayuden a reforzar este artículo académico. A continuación, se citan los trabajos de los siguientes autores:

Orozco (2020), en su trabajo: Estrategias de comunicación del gobierno del Perú durante el estado de emergencia por la covid-19. Estudio de caso: mensaje a la nación del presidente Martín Vizcarra emitido por el medio estatal tv Perú en el periodo marzo – abril de 2020 Menciona que:

Es primordial contar con un plan de comunicación, y a su vez establecer estrategias de comunicación tanto gubernamentales como no gubernamentales que faciliten realizar una eficiente comunicación entre las autoridades y comunidad en general. Para ello, el autor llevó a cabo una investigación mixta de carácter explicativo, mediante un diseño no experimental. Los instrumentos que ayudaron a recolectar la información fueron: la encuesta, grupo focal, monitoreo de medios y análisis de contenido. Concluyendo que la entidad no estaba aplicando las estrategias adecuadas para que el mensaje que difunden sea comprendido por la población (párr. 1, 7).

Flores (2017), en su investigación: “Estrategias comunicacionales en la difusión de la identidad del GAD Parroquial Santa Rosa de la ciudad de Ambato”. Afirma que:

Para posicionar a una empresa o entidad se necesita contar con una estrategia adecuada que ayude a colocarse en el mercado; sea a escala nacional o internacional. Para ello es importante contar con un bosquejo y análisis del mercado para determinar las preeminencias de las estrategias de comunicación. Como objetivo planteó generar estrategias comunicacionales para la difusión de la identidad del GAD Parroquial Santa Rosa de la ciudad de Ambato, mediante una investigación exploratoria con un enfoque cualitativo y cuantitativo, implementando técnicas como la entrevista, encuesta y focus group dirigida a trabajadores y personas que acuden a la institución pública (págs. 20, 53).

Chandi y Suárez (2014), mediante su investigación: Estrategias de comunicación internas para mejorar el clima organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado De Salinas, sostiene que:

La comunicación interna desistió de ser una simple ocupación administrativa y se convirtió en la actualidad como una herramienta importante para las instituciones sean esta gubernamentales y no gubernamentales, esta ayuda a las estrategias y al funcionamiento en la comunicación organizacional. Dentro de esta investigación hacen uso de una metodología descriptivo o correlacional y explicativo con un diseño transversal longitudinal. Como técnica para recolectar los datos se implementó la entrevistas y encuestas hacia los trabajadores y directivos de la institución, como también a los usuarios que acuden al GAD del Cantón Salinas. Para finalizar, recomiendan utilizar herramientas de comunicación para mejorar el clima organizacional (págs. 23, 58).

El objeto del presente estudio será analizar las estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto, mediante la recopilación de información a los funcionarios de la entidad en mención. Además, la situación conflicto, que presenta la institución es que no existe un departamento de comunicación. Al parecer, la causa del conflicto es que no se ha considerado esta área por parte de las autoridades lo que genera la falta de empoderamiento institucional. La temática se focaliza en las autoridades competentes,

para la realización de esta investigación se centró en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manglaralto. Por tal motivo, se plantea la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales que implementa el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto?

El presente artículo académico, se justifica por la necesidad de diagnosticar la situación actual del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto y verificar si posee alguna estrategia comunicacional para mantener informado a los usuarios de las actividades emprendidas por esta entidad parroquial. El propósito de esta investigación es abordar la temática de las estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado para direccionar las acciones parroquiales en beneficios al público interno y externo para el desarrollo y mejora de la calidad de vida de los habitantes de esta jurisdicción. Además, este trabajo es pertinente porque en la actualidad se necesita de las estrategias para mejorar la comunicación y poder llegar al público. Por lo tanto, este artículo académico muestra originalidad porque se establece en los cimientos teóricos que se necesita para fortalecer los conceptos de las variables de estudios. Cabe recalcar que el trabajo forma parte de la novedad científica porque la investigación es de dominio público, el mismo que ayudará a desarrollar sus conocimientos. Posteriormente este trabajo es factible, puesto que se cuenta con la autorización del representante de la entidad para la ejecución del artículo.

El presente estudio tiene por objetivo general analizar las estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto para fortalecer su vínculo con los ciudadanos. También, como objetivos específicos se exponen los siguientes: conocer la teoría elemental sobre las estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto; identificar las estrategias comunicacionales que utiliza el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto y establecer los medios de difusión de usos como estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto. Asimismo, se plantea la siguiente hipótesis: las estrategias comunicacionales permitirán mejorar la comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto.

En concordancia con lo expuesto, se consideran los conceptos de las variables de estudio que se mencionan a continuación: estrategias comunicacionales y Gobiernos Autónomos Descentralizados:

Chamorro (2020), indica que las estrategias comunicacionales tienen como propósito encontrar una solución a un problema. Todo aquello se realiza con el único fin de avanzar, informar y cumplir con los objetivos sean estos a lo largo o mediano plazo. Además, las estrategias buscan fortalecer a las instituciones y designar actividades a los equipos de trabajos.

Batallas y Guamani (2011), manifiestan que los gobiernos autónomos descentralizados son entidades públicas que se rigen de acuerdo a cada jurisdicción territorial con la finalidad de desarrollarse y garantizar el vivir mediante sus competencias correspondientes.

Como bases teóricas de este trabajo, se expone en este apartado cada una de las variables con sus respectivas dimensiones. Con respecto a las estrategias comunicacionales. Carbo (2014), menciona que una estrategia comunicacional son un grupo de acciones que planifica un comunicador o un conjunto de individuos que pertenecen a una institución, la misma que llevara a cumplir con los objetivos planteados y buscar que se cumpla con las necesidades tanto del público interno como externo (p. 25).

Ríos et al. (2020), consideran que las estrategias de comunicación se diseñan por detectar una problemática existente en una empresa u organización, todo aquello permite encontrar soluciones a las necesidades en el ámbito de la comunicación, como el posicionamiento de la empresa, la interacción, participación ciudadana, que se suscita en un lugar determinado (p. 20).

Dentro de las estrategias de la comunicación se encuentran varias tipologías que se usan en las entidades para realizar algún cambio o fortalecer la comunicación, para ello, Chamorro (2020), enlista:

**Estrategias participativas:** Son recursos utilizados en los procesos informativos, basados en una alternativa dinámica y efectiva. La misma que se emplea en los ámbitos educativos, en el que cada individuo participa y adquiere conocimiento que permita ayudar en la transformación social.

**Estrategia de relación con los públicos:** Son hechos que se realizan en base al tiempo con la finalidad de desarrollar relaciones y comunicación mediante públicos distintos. Esta tipología busca cimentar lazos de relaciones sean benéficos y exitosos, permitiendo crear nuevas oportunidades o establecer resolución dentro de una institución.

**Estrategia social media:** Es una guía de ruta para cada persona o entidad, aborda temas en relación con la identificación de objetivos, público destinatario, estrategias de contenidos y las alternativas de las redes sociales.

**Estrategia de relaciones y alianzas:** Tiene relación entre entidades donde intervienen los objetivos donde participan ambas partes con la finalidad de crear un valor compartido. Buscando adaptarse para reforzar los objetivos e informar de forma eficaz.

**Estrategia de visibilidad:** Buscar resaltar el objetivo en la comunicación, servicios o mercadeo. Todas las instituciones sean públicas o privadas deben obtener una estrategia que ayuden a obtener reconocimiento, empleando herramientas digitales.

**Estrategia de cobertura bruta:** Se aplica esta estrategia cuando se requiere una cobertura o alcance con el público. Además, se pretende vincular al público y al mensaje.

**Estrategia opportunity to see:** Se utiliza en medición en los medios publicitarios donde muestran el número de veces que el público observa los anuncios

**Estrategias posicionamiento:** Permite a la institución tener una marca propia que permita ocupar un lugar en la mente del consumidor, para ser reconocida y diferenciada por otras empresas (págs. 20, 21, 22, 23).

En concordancia con la primera variable de estudio, la Comunicación Institucional es la dimensión, esta se encarga de percibir, notar la identidad, para ser transmitida, en la cual plasma la confiabilidad entre los empleados, para empoderar el equipo de trabajo de la organización ( Poves, 2018, citado en Tapia, 2021).

Tapia (2021), menciona que la comunicación institucional se clasifica en:

Comunicación externa está dirigida al público, esta facilita y recibe información de los diferentes departamentos organizativos, del entorno en cual se sitúa la institución, influyendo en su imagen corporativa, estilo de la firma, slogan, que la diferencia de otras entidades. Este tipo de comunicación siempre va a emitir un mensaje fuera de la institución, con su principal objetivo, el cual es informar a su público lo que realiza, sus actividades, de esta forma se recordada por las personas (p.12).

La comunicación interna es aquella que busca mantener una relación directa entre los diferentes departamentos que conforman la institución, de esta forma logran una armonía para el beneficio de la misma. Dirigida exactamente a un público interno, esto incluye trabajadores y empleados. Las herramientas que aplica son de comunicación gerencial, de identidad

corporativa, de una comunicación grupal, capacitaciones permanentes, manteniendo un clima laboral y cultura organizaciones de excelencia (p.14).

El segundo objeto de estudio presente en esta investigación corresponde a Gobierno Autónomo Descentralizado, estudiado por Abad (2012), quien afirma que los gobiernos autónomos descentralizados realizan sus competencias y funciones correspondientes como lo dispone el proceso de descentralización, sean estas normas legales, administrativas o jurídicas, como lo manifiesta la constitución y en base a la ley vigente (p. 14).

Mafla (2019), sostiene que los Gobiernos autónomos descentralizados son personas de carácter jurídicos de dominio público, con fines políticos, administrativas y financieras. La norma exterioriza que están compuestos por funciones de participación legislativa en base a la constitución (p. 206).

Batallas y Guamani (2011), clasifican a los gobiernos autónomos descentralizados: Los de las regiones, los de las provincias, los de los cantones o distritos metropolitanos y los de las parroquias rurales (p. 10).

La primera dimensión de la segunda variable de estudio analiza a las organizaciones, en este sentido Chamorro (2020), indica que son grupos de personas que forman una sociedad colectiva, de acuerdo al tamaño, características, objetivos y estructura. Dichas organizaciones se van desarrollando y cambiando según el interés con el cual se crea, en el caso de los organismos estratégicos institucionales, aquí la persona que asumo el rol de líder debe tener la capacidad de dirigir y gestionar los intereses de su equipo de trabajo (p. 12).

Toda entidad organizativa debe tener como condición el cumplimiento de las siguientes características: Las organizaciones están compuestas por individuos y grupos; se constituyen con vistas a conseguir ciertos fines específicos; se estructuran sobre la base de la diferenciación de funciones y la división del trabajo; tienden a estar coordinadas y dirigidas racionalmente, presentan cierta permanencia en el tiempo; son una confluencia interactiva entre su medio interno y su entorno (Almenar, et al., 2005, citado en Felipe, 2019, p. 26, 27). Finalmente, el Plan estratégico de Comunicación es la última dimensión estudiada por Viñes y Guachi (2014), en el ámbito de la comunicación las estrategias son un conjunto consciente, racional y coherente de acciones a emprender y de los recursos más adaptables a la naturaleza de su institución generando ventajas competitivas (p. 05).

Por tal motivo, un plan estratégico de comunicación debe estar establecido por características principales de la entidad como métodos de trabajo, el público objetivo, calendarios, instrumentos y presupuestos, esto con el fin de reflejar las necesidades y objetivos de dicha institución (Viñes y Gauchi, 2014, p. 06).

### **Métodos y Materiales**

En el presente estudio se utilizó un enfoque cualitativo, el cual utiliza la recolección de datos mediante preguntas de investigación para una respectiva interpretación y sin una medición numérica (Hernández, 2010, p. 08). Esto ayuda a que el proceso investigativo este encaminado a determinar las estrategias comunicacionales que se desarrollan en el contexto institucional. El tipo de investigación es básica, dado que “el objetivo es incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico” (Muntané, 2010, p 221).

A través de un diseño de carácter descriptivo, buscando especificar las propiedades, características y perfiles de las personas como de los diferentes grupos, comunidades u otro fenómeno que puede estar bajo un análisis. Con ello, el investigador describe sobre la situación del objeto de estudio dentro de un tiempo establecido.

La fuente de datos fue documental, puesto que se genera para encontrar, recuperar, analizar e interpretar diferentes fuentes secundarias, es decir, ideas que son establecidas por otros autores, que se encuentran en materiales impresos o de carácter audiovisual (Arias, 2012, p. 27). Para la recopilación de información que fundamenta el estudio como base para aclarar elementos desconocidos en la investigación.

En el artículo académico se considera como población finita a los funcionarios del GAD de la Parroquia Manglaralto, que corresponden a 14 empleados. Los criterios adaptados en la investigación son de inclusión y exclusión; inclusión, la entidad objeto de estudio es considerada porque presenta mayor alcance de información en la Parroquia Manglaralto; exclusión, esta pauta conlleva desistir de la investigación a los otros GAD porque no facilitan las técnicas necesarias para la adquisición de información. La muestra considerada en el estudio serán 3 directivos y el encargado de la comunicación de la institución en mención.

El muestreo es el no probabilístico basado en el contexto de convivencia. Porque el investigador conoce las propiedades del objeto de investigación. Según Hernández et al. (2014), manifiestan que el muestreo probabilístico es “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación” (p. 196). Aquello permitirá recolectar los datos que se efectuará por medio de la entrevista.

Utilizando una técnica de investigación, como lo es la entrevista y como instrumento un cuestionario de preguntas estructuradas abiertas. Cabe recalcar que una entrevista se realiza con preguntas de carácter experimental, de opinión, sentimientos, hechos, historias de vida, atribuciones y más. En el estudio se elaboró una entrevista estructurada con un cuestionario de 11 preguntas con base a las variables de estudio, se desarrolló en el mes de noviembre, la misma que tiene como finalidad analizar las estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto para fortalecer su vínculo con los ciudadanos, este instrumento permitió recopilar información necesaria en la investigación. Además, el instrumento fue validado por el Lcdo. Ángel Matamoros Dávalos, especialista en docencia e investigación y la Lcda. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, magíster en Administración de Empresas.

Las variables a considerar en la investigación son: Estrategias comunicacionales como variable independiente; al mismo tiempo muestra la dimensión: Comunicación institucional, donde se desarrollaron los siguientes indicadores comunicación interna y externa. Como variable dependiente se considera al Gobierno Autónomo Descentralizado; donde se plantearon las dimensiones: Organización y Plan estratégico de comunicación.

Los aspectos éticos abordados en el artículo académico se respaldan en la confiabilidad: este aspecto fue enfatizado en este estudio porque los datos obtenidos serán únicos y exclusivos de la investigación y no serán publicados sin el permiso previo de las personas interesadas. Además, otros de los aspectos es la legalidad ya que cualquier investigación debe realizarse legalmente y seguir estrictamente las reglas.

## **Resultados**

En este contexto se presentan los datos hallados de la investigación, la misma que se desarrolló a través de una entrevista a los funcionarios del GAD de la Parroquia Manglaralto, mediante una guía de preguntas para conocer las estrategias comunicacionales para fortalecer su vínculo con los ciudadanos de la entidad en mención.

**Tabla 1. Variable independiente: Estrategias comunicacional**

<b>Entrevistador:</b> Jose Fernando Borbor Suárez	
<b>Entrevistados:</b> Lcdo. Walter Yagual, Lcda. Amelia Ángel, Ligia Suárez, Lcdo. Orly Guale.	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
Variable independiente: Estrategias comunicacionales	
¿Qué tipo de estrategias comunicacionales posee el GAD Parroquial?	En cuanto a las estrategias comunicacionales del GAD parroquial Walter Yagual aduce: “Nuestra página web y las redes sociales venden mucho, aparte de visitar los medios como las radio asentadas en nuestra provincia, también buscamos el mecanismo de difundir por varios medios digitales locales y a su vez que vayan acompañada de volantes, spot publicitarios etc.” Así mismo, Amelia de la Cruz menciona que “Hoy la tecnología es parte fundamental, en si el GADPM tiene como estrategias las redes sociales, donde se realizan publicaciones para informar a los usuarios. Aunque falta fortalecer aquello, si bien es cierto las actividades son diarias, pero no todo se publican.” Ligia Suárez dice “Las estrategias que tiene el GAD son las redes sociales donde informan a la ciudadanía.” Y Orly Guale “Sin dudas las redes sociales es una herramienta fundamental hoy en día, pero siempre estamos ubicando las actividades en nuestra cartelera para que así las personas que nos visitan visualicen las actividades en que está trabajando el gobierno parroquial Manglaralto.”
¿Ha identificado alguna herramienta de comunicación que tiene el GAD para informar al público?	En cuanto a las herramientas de comunicación Walter Yagual menciona: “Sin dudas las redes sociales es una herramienta fundamental hoy en día, pero siempre estamos ubicando las actividades en nuestra cartelera para que así las personas que nos visitan visualicen las actividades en que está trabajando el gobierno parroquial Manglaralto.” Por otra parte, Amelia de la Cruz indica que “Si, una de ella es la página de Facebook que tiene el GADPM, pero se necesita fortalecer esta herramienta porque aún falta información en cuanto al GAD” Por consiguiente, Ligia Suárez manifestó “Claro, la red social de Facebook donde el GAD difunde la información para mantener informado a las comunidades que pertenecen a la parroquia Manglaralto.” Y Orly Guale, indica que “Sin dudas las redes sociales es una herramienta fundamental hoy en día, pero siempre estamos ubicando las actividades en nuestra cartelera para que así las personas que nos visitan visualicen las actividades en que está trabajando el gobierno parroquial Manglaralto.”
Variable dependiente: Gobierno Autónomo Descentralizado	
¿El GAD cuenta con un plan estratégico de comunicación centrado en las necesidades comunicativa?	Respondiendo al plan estratégico de comunicación Walter Yagual Beltrán sostiene “Parte de nuestro plan como estrategia es pagar publicidad a las redes sociales y a los medios digitales o diferentes medios de comunicación, para así tener un mayor alcance en cuantos a nuestra publicaciones o información que genere bienestar en toda la sociedad.” Así mismo, Amelia de la Cruz “Si hay un plan de comunicación, pero falta fortalecerse para mejorar la comunicación con el público que necesita saber todo lo que se realiza en el GADPM.” De acuerdo a Ligia Suárez “El Gad si cuenta con un plan de comunicación, que tiene como propósito mantener informado a la comunidad parroquial sea mediante redes o medio digitales.” Y Orly Guale, menciona “Parte de nuestro plan como estrategia es pagar publicidad en las redes sociales.”

<p>¿El personal asignado al departamento de comunicación es suficiente para llevar a cabo la estrategia de comunicación del GAD Parroquial?</p>	<p>Respecto al personal asignado en el departamento de comunicación Walter Yagual Beltrán dijo “No, por motivos de presupuestos ahora solo existe una persona encargada de relaciones publica, en lo personal cuando tenemos eventos, a veces se contrata o se pide la colaboración de una o más persona para que ayude al equipo de producción a las transmisiones en vivo, fotografías – videos y entre otras logísticas que requiera el evento.” Mientras, Amelia de la Cruz indica “Si hay un plan de comunicación, pero falta fortalecerse para mejorar la comunicación con el público que necesita saber todo lo que se realiza en el GADPM.” Así mismo, Ligia Suárez indica que “En el GAD no hay departamento de comunicación, pero si una persona encargada de realizar las actividades comunicativa pero no es suficiente.” Y Orly Guale manifiesta que “No, por lo que ahora solo existe una persona encargada de relaciones publica, en lo personal cuando tenemos eventos, a veces contrato a una persona para que me ayude ya que a veces necesito hacer transmisiones en vivo, hacer fotografías – videos y entre otras cosas como logística”</p>
---	--

*Elaboración propia*

### **Discusión**

En base a los hallazgos encontrados en los resultados, se pudo conocer las estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto, mediante la implementación de entrevistas a funcionarios de la entidad en estudio. Respondiendo a la pregunta de investigación ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales que implementa el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto? Los entrevistados respondieron que utilizan volantes, spots publicitarios distribuidos en los diferentes medios digitales, el manejo de la página web y redes sociales, siendo estas partes de las estrategias social media y de visibilidad.

De acuerdo a los resultados reflejados en el análisis de la entrevista obtenidos mediante la técnica e instrumento, se alcanzó a establecer lo siguiente: el instrumento utilizado en la investigación permitió conocer de forma concreta las estrategias comunicacionales existentes en la institución ya que las respuestas emitidas por los funcionarios de la entidad si respondieron a las inquietudes de manera objetiva y a la triangulación donde se deja en evidencia la relación del hilo conductor de la investigación entre variables, objetivos, fundación teórica, resultados y discusión obtenidos. Para ello, fueron seleccionada cuatro preguntas, en relación con la variable dependiente e independiente.

Con respecto a la primera interrogante ¿Qué tipo de estrategias comunicacionales posee el GAD Parroquial? los entrevistados indicaron que utilizan los diferentes medios digitales para difundir volantes y spots publicitarios. Por lo tanto, Flores (2017), determina que para posicionar a una empresa o entidad se requiere contar con una estrategia el mercado. Por otra parte, Carbo (2014), de acuerdo a su estudio indica que es importante cumplir con los objetivos planteados y buscar que se cumpla en base a las necesidades tanto de la audiencia interna como externa.

En la segunda pregunta ¿Ha identificado alguna herramienta de comunicación que tiene el GAD para informar al público? la institución maneja como herramientas comunicacionales la plataforma Facebook y carteleras ubicadas al exterior de la misma, con ello busca informar a su público, manteniendo una relación. En concordancia con Chandi y Suárez (2014), quienes enfatizan que las herramientas de comunicación en la actualidad son muy importantes para las organizaciones, tanto gubernamentales como no gubernamentales, ya que ayudan a mejorar la comunicación organizacional.

En lo que respecta a la tercera pregunta ¿El GAD cuenta con un plan estratégico de comunicación centrado en las necesidades comunicativas? Los entrevistados mencionan que la entidad si cumple con un plan estratégico de comunicación, donde constan el pago de publicidades en los diferentes medios de comunicación, el cual debe ser mejorado para posesionarse en el público. Los teóricos que concuerdan con la respuesta derivada en la entrevista son: Viñes y Guachi (2014), quienes indican en su estudio que un plan estratégico de comunicación debe estar establecido por características principales de la entidad como técnicas de trabajo, el público objetivo, cronogramas, instrumentos y presupuestos, esto con el fin de reflejar las necesidades y objetivos de la institución. Por lo consiguiente Orozco (2020), resalta que es primordial contar con un plan de comunicación que permitan realizar una eficiente comunicación entre las autoridades y comunidad en general.

En este último punto de discusión de la cuarta interrogante ¿El personal asignado al departamento de comunicación es suficiente para llevar a cabo la estrategia de comunicación del GAD Parroquial? La entidad no cuenta con un departamento de comunicación y realizan contrataciones a personas externas para que se encarguen de manejar las transmisiones, fotografías, videos y la logística. Los teóricos que se vinculan con la respuesta son: Tapia (2021), afirma que la comunicación interna es aquella que busca mantener una relación directa entre los diferentes departamentos que conforman la institución. Además, chamorro (2020), indica que son grupos de personas que forman una organización, en el caso de los organismos estratégicos institucionales, la persona que asume el rol de líder debe tener la capacidad de dirigir y gestionar los intereses de su equipo de trabajo.

De acuerdo a la discusión realizada, el investigador puede sistematizar los resultados evidenciando la falta de un área de comunicación y a su vez responder a la hipótesis: las estrategias comunicacionales permitirán mejorar la comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto y al mismo tiempo a la interrogante planteada. También, la investigación permitirá resolver problemas comunicacionales entre el GAD de la parroquia Manglaralto y los usuarios.

### **Conclusiones**

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto presenta una falta de conocimientos sobre las diferentes estrategias comunicacionales.

La entidad Parroquial utiliza los canales de comunicación que se han desarrollado frente a la digitalización, como es el hace uso de las redes sociales y pagina web donde se realizan las publicaciones, dado que es un espacio de fácil acceso para todas las personas.

El GAD de la parroquia Manglaralto mantiene un Plan Estratégico de comunicación, en el cual, establecen el pago por publicidad en redes sociales, no obstante, este plan no cumple con una estructura adecuada, necesita fortalecerse para que responda a las necesidades institucionales.

De acuerdo al análisis de los resultados y discusión de los mismos el investigador evidencia la falta de un área de comunicación que permita resolver las necesidades comunicativas entre el GAD de la Parroquia Manglaralto y los ciudadanos.

### **Recomendaciones**

Capacitar al personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado sobre las estrategias comunicacionales para fortalecer su vínculo con los ciudadanos.

Se sugiere que la entidad Parroquial aproveche los canales de comunicación entorno a la era digital, como es el uso de las redes sociales y pagina web para que fortalezca la información

que difunden a la comunidad sobre los trabajos, proyectos en beneficios a la parroquia Manglaralto.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Manglaralto debe fortalecer el plan estratégico de comunicación para mejorar la comunicación con la comunidad.

Se recomienda que la presente investigación sea de referencia para otros casos de estudio en relación a los Gobierno Autónomo Descentralizados, para seguir aumentando el desarrollo en la investigación

Considerar los resultados y discusión de los datos obtenidos por el investigador, a través de la técnica de la entrevista, para la creación e implementación del área de comunicación que permita resolver las necesidades comunicativas del GAD de la Parroquia Manglaralto.

### **Agradecimiento**

Por medio de este trabajo quiero expresar mi agradecimiento a Dios por brindarme la fortaleza necesaria para superar cada obstáculo que se me ha presentado. A mi mamá por estar presente en todo momento con su amor y paciencia. A mi familia materna por su apoyo incondicional en esta formación universitaria.



## Referencias

- Abda, J. (2012). Gobierno Autónomo Descentralizado: Analisis de la Constitucion del 2008 y la aplicacion del código orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Cuenca. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/4171/1/08688.pdf>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion*. EPISTEME, CA. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/301894369\\_EL\\_PROYECTO\\_DE\\_INVESTIGACION\\_6a\\_EDICION](https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION)
- Batallas, J., y Guamani, J. (2011). Conformación de mancomunidades y asociatividades entre los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales. Latacunga / UTC. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/211>
- Carbo, F. (2014). Estrategias comunicacionales y su incidencia en el programa periodismo comunitario en la provincia de Santa Elena, año 2013 – 2014. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2014. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3800>
- Chamorro, J. (2020). Análisis de Estrategias Comunicacionales en temas de Derecho y Violencia de Género de la Organización “SURKUNA” (2019). Quito: Quito: UCE. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/20820>
- Chandi, J., y Suárez, B. (2014). Estrategias comunicacionales internas para mejorar el clima organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Salinas 2014. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3871>
- Felipe, M. (2019). Propuesta de un plan estratégico de comunicación interna para mejorar la gestión de la cultura corporativa de la Empresa Melacento Blas´s, Chimbote – 2017. Obtenido de <http://repositorio.uns.edu.pe/handle/UNS/3284>
- Flores, D. (2017). Estrategias comunicacionales en la difusion de la identidad del GAD Parroquial Santa Rosa de la ciudad de Ambato. 20, 53. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/26737>
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta edición ed.). INTERAMERICANA EDITORES, SA DE CV. Obtenido de [https://www.academia.edu/20792455/Metodolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_Investigaci%C3%B3n\\_5ta\\_edici%C3%B3n\\_Roberto\\_Hern%C3%A1ndez\\_Sampieri](https://www.academia.edu/20792455/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_5ta_edici%C3%B3n_Roberto_Hern%C3%A1ndez_Sampieri)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodologia de investigación* (6ta edición ed.). INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Machado, A., y Rodríguez, O. (2020). *Comunicación Oral y escrita en la empresa*. Tutor Formación. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/upse/125937?page=1>
- Mafla, E. (2019). El arte de gobernar un Gobierno Autónomo Descentralizado es, primero, un problema conceptual. *Estudio de la Gestión* . Obtenido de <http://hdl.handle.net/10644/6926>
- Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. Obtenido de <https://www.sapd.es/revista/2010/33/3/03>

- Orozco, C. (2020). Estrategias de comunicación del Gobierno del Perú durante el estado de emergencia por la COVID-19. Peru. Obtenido de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/11146>
- Ríos, E., Páez, H., & Jairo, B. (2020). *Estrategias de comunicación*. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía Capítulo Estados Unidos. Obtenido de <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Tapia, A. (18 de Enero de 2021). Estrategias de comunicación digital del gobierno autónomo descentralizado San Miguel de Bolívar e impacto de la red social facebook en la ciudadanía periodo febrero - julio de 2020. Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7299>
- Viñes, V., y Gauchi, J. (2014). El plan estratégico de comunicación. *Fundación Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5199428>