



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**TITULO DEL ENSAYO**

La comunicación efectiva en las estrategias de difusión del GAD Anconcito.

**AUTOR**

**Walter Enrique Suárez Alfonzo**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
Previo a la obtención del grado académico en  
**MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN**

**TUTOR**

**Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, Mgtr.**

**Santa Elena, Ecuador**

**Año 2024**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO  
TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

---

**Lic. César Arízaga Sellán, Mgtr.  
COORDINADOR DEL  
PROGRAMA**

---

**Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez,  
Mgtr.  
TUTOR**

---

**Lic. Gerzon Cochea Panchana,  
Mgtr.  
ESPECIALISTA**

---

**Lic. David Echevería Maggi,  
Mgtr.  
ESPECIALISTA**

---

**Ab. María Rivera González, Mgtr.  
SECRETARIA GENERAL  
UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**CERTIFICACIÓN:**

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por Walter Enrique Suárez Alfonzo, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,

---

**Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, Mgtr.**  
C.I. 1305901306  
**TUTOR**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Walter Enrique Suárez Alfonzo

**DECLARO QUE:**

El trabajo de Titulación, La comunicación efectiva en las estrategias de difusión del GAD Anconcito previo a la obtención del título en Magíster en comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

La Libertad, a los 29 días de enero del año 2024

---

Lic. Walter Enrique Suárez Alfonzo  
C.I. 0918967951  
**AUTOR**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Walter Enrique Suárez Alfonzo

**DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de la investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este informe de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

La Libertad, a los 29 días de enero del año 2024

---

Lic. Walter Enrique Suárez Alfonzo  
C.I. 0918967951  
**AUTOR**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado La comunicación efectiva en las estrategias de difusión del GAD Anconcito, presentado por el estudiante, Walter Enrique Suárez Alfonzo fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 3%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, Mgtr.  
C.I. 1305901306  
**TUTOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer primero a Dios por las experiencias que me ha permitido pasar en este proceso formativo, a mi familia que ha estado siempre apoyándome, a la UPSE por creen en los peninsulares dando oportunidades para fomentar el desarrollo profesional de las personas, y a los docentes del programa de maestría que fueron parte de la formación de profesionales en comunicación.

*Walter Enrique Suárez Alfonzo*

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación está dedicado a Dios, a mi familia, quienes han estado siempre a mi lado en este proceso de formación, a mis compañeros que han estado ahí para salir adelante en la aprobación de cada módulo.

*Walter Enrique Suárez Alfonzo*

## ÍNDICE GENERAL

TITULO DEL ENSAYO .....	i
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	iii
AUTORIZACIÓN .....	iv
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	viii
Abstract .....	xi
INTRODUCCIÓN .....	1
DESARROLLO .....	3
Comunicación Efectiva .....	6
Claridad en el Mensaje .....	6
Relevancia, pertinencia y empatía .....	6
Feedback y Retroalimentación .....	7
Uso Adecuado de Medios y Canales .....	7
Coherencia y Consistencia .....	7
Escucha Activa .....	8
Culturalmente Sensible .....	8
Adaptabilidad .....	8
Propósito Claro .....	9
Estrategias de Difusión .....	9
Estrategias de Comunicación Digital .....	10
Estrategias de Difusión en un G.A.D. Parroquial .....	11
Aspectos Metodológicos .....	12
Diseño de la investigación .....	12
Tipos de investigación .....	12

Enfoque de la investigación .....	12
Método de investigación.....	12
Población y muestra .....	13
Análisis y Discusión de Resultados.....	14
Discusión de resultados .....	18
CONCLUSIÓN .....	21
Referencias .....	23

## Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de análisis .....	19
----------------------------------	----

## Índice de anexos

Anexo 1 Formato de entrevista .....	27
Anexo 2 Foto de entrevista a periodista .....	29
Anexo 3 Foto de entrevista a líder barrial .....	29

## **Resumen**

En el trabajo investigativo del tema La comunicación efectiva en las estrategias de difusión del GAD Anconcito., cuyo propósito es analizar los elementos de la comunicación efectiva y sus posibles relaciones con estrategias de difusión del GAD Anconcito, mediante un análisis de registros de la comunicación aplicada por esta organización, se realiza mediante una metodología de tipo descriptiva, con un enfoque cualitativo, considerando para la recolección de información a los líderes barriales, así como funcionario del gobierno parroquial de Anconcito. Con ello se pudo conocer que el GAD de Anconcito posee con varios canales de difusión pero que las estrategias que se aplican no son adecuadas, lo cual genera que sus habitantes no estén completamente informados de lo que ocurre actualmente en este sector.

**Palabras claves:** Comunicación, difusión, parroquia.

## **Abstract**

The investigative work on the topic Effective communication in the dissemination strategies of the GAD Anconcito, whose purpose is to analyze the elements of effective communication and its possible relationships with dissemination strategies of the GAD Anconcito, through an analysis of applied communication records. by this organization, it is carried out using a descriptive methodology, with a qualitative approach, considering neighborhood leaders, as well as officials from the parish government of Anconcito, for the collection of information. With this it was possible to know that the GAD of Anconcito has several dissemination channels but that the strategies applied are not adequate, which means that its inhabitants are not fully informed of what is currently happening in this sector.

**Keywords:** Communication, channels, difusión

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfoca en la comunicación efectiva y las estrategias de difusión del GAD Anconcito, abordando los flujos informativos que experimentan los habitantes de esta comunidad respecto a las actividades de esta dependencia. En el ámbito organizacional, la comunicación efectiva.

Por ello, el estudio planteado tiene por objetivo analizar elementos de la comunicación efectiva y sus posibles relaciones con estrategias de difusión del GAD Anconcito, mediante un análisis de registros de la comunicación aplicada por esta organización, determinar las estrategias de difusión a través de un análisis comparativo de productos comunicativos aplicados en sus canales oficiales, identificando cualidades de comunicación efectiva, para ello se analiza los elementos de la comunicación efectiva mediante la evaluación de productos comunicacionales aplicados dentro de las estrategias de la organización, identificando la eficacia de las estrategias de difusión actuales mediante el estudio de los canales de comunicación utilizados por el GAD, considerando la percepción de los líderes de la comunidad sobre la comunicación del GAD de Anconcito mediante entrevistas.

Así mismo se debe mencionar que el alcance de la investigación es un estudio correlacional, en la parroquia de Anconcito, en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, Ecuador. La importancia de la comunicación efectiva en las instituciones se ve acentuada en la era digital, donde la expansión de la comunicación a través de internet y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha trascendido las fronteras, transformando la manera en que las organizaciones se relacionan con sus públicos, tal como señala. Este cambio ha obligado a las entidades gubernamentales a redefinir estrategias comunicativas para garantizar una interacción efectiva con sus audiencias. (Petroni, 2021, p. 190)

El déficit de comunicación efectiva en las organizaciones, tanto públicas como privadas, resulta en una falta de flujo de información e interacción, lo cual conlleva a una desorganización en el entorno laboral, considerando que la comunicación estratégica se entrelaza con el marketing, configurando un conjunto de acciones conscientes y coherentes para alcanzar los objetivos de una institución. (Tur-Viñes & Monserrat-Gauchi, 2014, p. 3)

Por lo tanto, la relevancia de la investigación radica en que la comunicación efectiva y las estrategias de difusión son fundamentales para que las instituciones públicas puedan

mantener una relación positiva con sus ciudadanos dejando en claro que la idea a defender del proyecto se centra en analizar dicha comunicación efectiva y las estrategias de difusión del GAD Anconcito, buscando profundizar en su análisis y comprensión.

En claro que la idea a defender del proyecto se centra en analizar dicha comunicación efectiva y las estrategias de difusión del GAD Anconcito, buscando profundizar en su análisis y comprensión.

Para la investigación de la comunicación efectiva en las estrategias de difusión del GAD Anconcito se realiza con la línea una línea general de investigación de comunicación organizacional, con un componente relaciones públicas, aportando al mejoramiento de la fluidez de la información para que la comunidad se mantenga informada de las acciones que realiza en la parroquia.

Así mismo se debe agregar que la metodología aplicada en esta investigación se basará en un enfoque descriptivo, con el propósito de describir características fundamentales de conjuntos homogéneos y fenómenos específicos. En cuanto al enfoque a utilizar será cualitativo, permitiendo examinar y colocar a prueba relaciones conceptuales mediante el estudio de la interacción entre las categorías relevantes para el problema en cuestión: comunicación efectiva, estrategias de difusión y percepción de los líderes barriales del sector.

Por consiguiente, el método a aplicar es inductivo partiendo de proposiciones basado en el estudio de hechos o prácticas individuales. A su vez para la recolección de información de la comunidad y del GAD Anconcito se optó por técnicas como entrevistas y guías de preguntas. Mientras que la población accesible que será el foco de estudio, lo que conlleva a la selección de una muestra representativa considerando a los presidentes barriales y comunicadores del sector.

El trabajo de investigación se lo ha estructura de la siguiente manera: En la introducción se presenta el problema de investigación, los objetivos, el alcance, la relevancia, la idea a defender, la línea de investigación, la metodología y la estructura del trabajo investigativo. Desde luego el proyecto consta de un desarrollo que muestra los conceptos relacionados con la comunicación efectiva, las estrategias de difusión y la comunicación organizacional así como la metodología, resultados y discusión del análisis del objeto de estudio, Lo que con lleva al fin y al cabo a presentar las conclusiones alcanzadas dentro de la investigación.

## DESARROLLO

La comunicación efectiva es un componente esencial en cualquier estrategia de difusión, y su importancia se magnifica en el contexto de las instituciones gubernamentales, como el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Anconcito. Por ende, a través de una revisión exhaustiva de la literatura existente se presenta el siguiente estado del arte centrado en explorar la comunicación efectiva como estrategia de difusión y cómo esta estrategia ha influido dentro de ciertas organizaciones tanto a nivel internacional como nacional, buscando así, proporcionar una visión integral del tema de investigación:

Se inicia mencionado el estudio de Rodríguez López (2022) sobre “*Comunicación efectiva y motivación organizacional en trabajadores de la Municipalidad Distrital de Nueva Cajamarca, 2021*” realizado en Perú, donde se identifica la carencia de comunicación efectiva entre el personal de la institución, dicha problemática origina un trato diferenciado en los distintos empleados, fragmentándolos en grupos preferidos, desatendidos y discriminatorios, lo cual afecta el desempeño de la entidad gubernamental como tal. El origen del problema radica en la reducción de su personal, lo que conlleva a sus colaboradores a adquirir otras responsabilidades que no que no les fueron asignadas desde un principio, el aumento de esta carga de trabajo principalmente crea una atmosfera laboral decadente cuya consecuencia es la disminución del rendimiento laboral. Esta investigación busca establecer la relación existente entre la comunicación efectiva y la motivación organizacional de los trabajadores municipales del distrito de Nueva Cajamarca en el año 2021, siguiendo una metodología cuantitativa de tipo no experimental con enfoque descriptivo correlacional sin manipulación de variables, se encontró que la población bajo estudio figuro como “regular” a la comunicación efectiva empleada dentro de su distrito con un 60%, como “buena” en un 21,4% y mala en un 18,6%. Este estudio concluyo que la relación entre comunicación efectiva y motivación organizacional en esta municipalidad distrital es positiva moderada, demostrando que existen acciones por tomar que mejorarían su problemática.

De acuerdo al trabajo de investigación de Rosales (2022) del tema “*Estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo*”, cuyo propósito era analizar las estrategias comunicacionales como herramientas de difusión para el GAD de José Luis Tamayo, del cantón Salinas, en la cual se realiza mediante una metodología descriptiva con enfoque cualitativo con diseño documental, aplicando como

instrumento para recoger los datos a la entrevista dirigida a funcionarios de la parroquia. Entre los resultados se obtiene que el Gad de esta parroquia posee pocos métodos comunicacionales, denotando problemas de comunicación con los usuarios, sugiriendo el fortalecimiento de sus estrategias comunicacionales mediante la creación de un departamento de comunicación que les permita mejorar la comunicación entre el GAD Parroquial de José Luis Tamayo y su comunidad.

De igual manera se expone el trabajo de Coello (2022) que lleva por nombre *“Comunicación Efectiva y su Influencia en el Compromiso Organizacional de Docentes en una Institución Educativa, Palenque, 2021”* efectuada en Perú, en donde se revela que la institución educativa Isabela de Palenque presenta un bajo nivel de compromiso organizacional de sus docentes, lo que afecta la calidad de la enseñanza y el aprendizaje de los estudiantes. Por lo tanto, plantea que la problemática presente es la falta de comunicación efectiva entre los docentes y la dirección de la institución. Dando paso a que el objetivo del estudio sea determinar la relación entre la comunicación efectiva y el compromiso organizacional de los docentes de la institución educativa Isabela, Palenque, 2021. La metodología aplicada se basó en un estudio cuantitativo, en donde se utilizó un cuestionario para recopilar datos de una muestra de 26 docentes de la institución, encontrándose como resultados una relación positiva y significativa entre la comunicación efectiva y el compromiso organizacional de los docentes de la institución educativa Isabela de Palenque, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.731 y un valor p menor que 0.05. Por lo que se concluye que la comunicación efectiva es un factor preponderante para el logro del compromiso organizacional dentro de la institución y a su vez se recomienda implementar estrategias de mejora de la comunicación interna, tales como feedback, reconocimiento, participación y capacitación.

De la misma forma Carvajal (2021) en su estudio titulado *“La comunicación efectiva y el crecimiento organizacional: Caso Asociación de Buzos ASOSALAN del cantón Puerto López, año 2021”* llevada a cabo en Ecuador, centra su problemática en la falta de comunicación efectiva en la Asociación de Buzos Asosalan, lo cual afecta su crecimiento organizacional. Teniendo por objetivo es analizar cómo influye la falta de comunicación en el crecimiento organizacional de la Asociación de Buzos ASOSALAN del cantón Puerto López en el año 2021, el trabajo de investigación tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo en

donde se empleó la técnica de la encuesta, dirigida a los socios, los habitantes y los turistas que se favorecen del trabajo de la Asociación, y la técnica de la entrevista, dirigida al personal administrativo, para obtener información sobre las causas de los problemas, las necesidades y expectativas de los actores involucrados, y las posibles soluciones. Lo que dejó a su paso resultados como que la comunicación efectiva y el crecimiento organizacional tienen un alto grado de relación con el desempeño de la Asociación, y que existen deficiencias en la comunicación interna y externa, que generan conflictos, desmotivación, falta de coordinación, y pérdida de oportunidades. Dejando como conclusión que es necesario implementar un plan de comunicación que fortalezca la comunicación interna y externa de la Asociación, que involucre a todos los actores, que promueva la participación, la retroalimentación, la transparencia, y la confianza, y que contribuya al crecimiento organizacional de calidad.

Así mismo, Villón (2021) en su investigación de la *“Gestión de la comunicación interna en el GAD Parroquial de Juan Gómez Rendón Progreso, Guayas, y su incidencia en la identidad Corporativa de sus trabajadores del 2021”* en base al objetivo de analizar la comunicación interna en conjunto con la imagen corporativa del GAD parroquial de Juan Gómez Rendón – Progreso, mediante el uso de la metodología dialéctica, exploratoria no experimental, permitiendo conocer que la comunicación tradicional ha ayudado a mantener la comunicación interna, pero además por el cambio de los tiempos la comunicación es más efectiva mediante el uso de redes sociales y plataformas similares aumentando el flujo de información entre los integrantes del GAD.

Por lo tanto, con la culminación de la revisión de todos los proyectos investigativos se puede expresar que la comunicación efectiva es fundamental en las estrategias de difusión y en las organizaciones públicas y privadas, por que promueve: la claridad de mensajes, la comprensión mutua, la contribución que aporta para la toma de decisiones, la mejora en la eficiencia motivación y comprensión. Demostrando lo esencial que es una comunicación efectiva en las estrategias de difusión y la organización para transmitir de manera clara y precisa la información que se desea comunicar al público objetivo, generando una respuesta positiva y mayor alcance.

La UNESCO (2023) aboga libertad de expresión, autonomía y diversidad con el fin de edificar sociedades futuras bastas a través de la comunicación y sus medios, ya sea por

medios de difusión digitales o tradicionales, así como la generalización de la información existente en el mundo.

### **Comunicación Efectiva**

Cuando se comunica de manera efectiva, se logra entender con claridad lo que se ha transmitido, minimizando las posibilidades de equivocarse y generar problemas en un grupo, equipo o comunidad. Esto permite crear vínculos más fuertes entre todos los integrantes, que cooperan y cumplen un papel clave para el progreso. (Coello, 2022, p.18)

Teniendo en cuenta este punto de vista, se puede deducir que existe una relación directa entre la comunicación efectiva en ámbitos estructurales y su expansión a estrategias de difusión en el contexto urbano, destacando la aplicabilidad de los principios de esta investigación para enriquecer mutuamente las dos partes que influyen dentro del proceso, de esta forma se comprende que la comunicación efectiva es vital para cualquier relación independientemente de su trasfondo, considerando sus elementos:

### **Claridad en el Mensaje**

La claridad en el mensaje es la capacidad de transmitir una idea de forma concisa, precisa y fácil de entender. Esto implica utilizar un lenguaje claro y sencillo, evitando términos técnicos o jerga, y estructurando el mensaje de forma lógica (Delgado, 2016, p.1).

Por ende, es una habilidad esencial para la comunicación efectiva, debido a que un mensaje claro ayuda a que el receptor entienda la información correctamente y la recuerde con mayor facilidad. Además, la claridad en el mensaje transmite confianza y profesionalismo.

### **Relevancia, pertinencia y empatía**

La relevancia, pertinencia y empatía son tres conceptos que están relacionados con la comunicación efectiva.

En cuanto a la relevancia el mensaje debe ser relevante para el receptor, lo que significa que debe estar relacionado con sus intereses o necesidades. Por otra parte, en la pertinencia, el mensaje debe ser pertinente al contexto en el que se transmite, es decir, que debe ser adecuado para la situación y el momento. Mientras que en la empatía el mensaje debe mostrar empatía por el receptor, por lo que debe tener en cuenta sus sentimientos y perspectivas (Guzmán, 2018, p.3).

Por lo cual, la relevancia, pertinencia y empatía son factores clave para que un

mensaje sea efectivo, permitiendo que el mensaje relevante y pertinente sea recibido de forma positiva por el receptor. Además, un mensaje empático es más probable que genere una conexión emocional con el receptor.

### **Feedback y Retroalimentación**

El feedback y la retroalimentación son dos conceptos que a menudo se utilizan indistintamente. Sin embargo, existen algunas diferencias importantes entre ambos:

El feedback es una información u opinión que se proporciona sobre un producto, servicio o proceso. El feedback puede ser positivo o negativo, y puede ser utilizado para mejorar el producto, servicio o proceso (Jiménez, 2014, p.2)

La retroalimentación es un proceso de comunicación que se utiliza para intercambiar información sobre un tema. La retroalimentación puede ser formal o informal, y puede ser utilizada para mejorar la comprensión, el aprendizaje o el rendimiento (Espinoza, 2021, p.1)

Por lo que se puede expresar que el feedback y la retroalimentación son herramientas valiosas para la comunicación efectiva, por un lado, el feedback puede ayudar a identificar áreas de mejora, mientras que la retroalimentación puede ayudar a mejorar la comprensión, el aprendizaje o el rendimiento.

### **Uso Adecuado de Medios y Canales**

En el contexto de la comunicación, un medio se refiere a la herramienta o forma a través de la cual se transmite un mensaje. Por ejemplo, la televisión, la radio, los periódicos y el internet son todos medios de comunicación. Son los vehículos a través de los cuales se difunde la información (Peña, Laskano, y Larrondo, 2020, p.3).

Por otro lado, un canal se refiere a la ruta o el camino que el mensaje toma desde el emisor hasta el receptor. En un sentido más amplio, un canal puede ser algo físico, como un cable en las telecomunicaciones, o puede ser virtual, como un canal de televisión o un canal de YouTube (Gamboa y Álvarez, 2022, p.57).

Por lo tanto, el uso adecuado de medios y canales es importante para garantizar que el mensaje llegue al receptor de la forma más efectiva posible. El medio y el canal deben ser seleccionados teniendo en cuenta el tipo de mensaje, el receptor y el contexto.

### **Coherencia y Consistencia**

La coherencia y la consistencia son dos conceptos que están relacionados con la comunicación efectiva:

La coherencia es la capacidad de un mensaje de ser comprensible y lógico, lo que implica que el mensaje debe estar bien estructurado y que las ideas deben estar relacionadas entre sí (Águeda, 2019, p.1).

La consistencia es la capacidad de un mensaje de ser uniforme a lo largo del tiempo, involucrando que el mensaje debe ser coherente con otros mensajes que se hayan enviado anteriormente (Castañeda, Frías, Barrio, y Rodríguez , 2017, p.1575).

Comprendiendo así que la coherencia y la consistencia son importantes para generar confianza y credibilidad en el receptor. Un mensaje coherente y consistente es más probable que sea recibido de forma positiva por el receptor.

### **Escucha Activa**

Es la capacidad de escuchar con atención y comprensión, lo que, implica centrarse en el mensaje del emisor, evitar interrumpir y hacer preguntas para aclarar lo que se está diciendo (Subiela , Abellón , Celdrán , Manzanares y Satorres , 2014, p 279).

Esto lo convierte en una habilidad esencial para la comunicación efectiva debido a que una escucha activa demuestra respeto por el emisor y ayuda a garantizar que se entienda el mensaje correctamente.

### **Culturalmente Sensible**

La sensibilidad cultural se refiere a la capacidad de un mensaje para ser apropiado y respetuoso con la cultura del receptor. La sensibilidad cultural es importante porque ayuda a evitar malentendidos y ofensas culturales, teniendo en cuenta las diferencias culturales en el lenguaje, los valores y las normas sociales (Guerrero, 2017, p.173).

Dando a entender que pensar de manera culturalmente sensible implica más que simplemente reconocer la existencia de diferentes culturas, es decir, requiere un análisis profundo y una comprensión de cómo estas diferencias culturales pueden influir en las interacciones, en cómo las personas se perciben unas a otras y en las dinámicas sociales.

### **Adaptabilidad**

La adaptabilidad es la capacidad de ajustarse, cambiar y responder de manera efectiva a nuevas circunstancias, entornos o situaciones. Implica ser flexible, tener la disposición para modificar enfoques o comportamientos según las demandas cambiantes del entorno. Se trata de estar abierto al cambio, ser capaz de aprender y desarrollar nuevas habilidades para enfrentar desafíos de manera exitosa (Arias, 2021, p.86).

Por ello, en un mundo en constante cambio, la adaptabilidad se ha vuelto fundamental. Permite a individuos y organizaciones ajustarse a nuevas tecnologías, entornos laborales dinámicos, mercados cambiantes y situaciones imprevistas.

### **Propósito Claro**

Un propósito claro es una declaración concisa y precisa que describe la razón de ser de una persona, organización o institución (Gartenberg, 2020, p.12).

Por lo tanto, tener un propósito claro proporciona dirección y enfoque a las acciones y decisiones, ayudando a definir metas, guiando la toma de decisiones y ofreciendo un marco para evaluar el progreso.

### **Estrategias de Difusión**

Las estrategias de difusión parten de la importancia de saber transmitir de manera eficiente un mensaje relevante para una audiencia, esta capacidad; ya sea para impartir una buena imagen de la institución o para impulsar algún sector o programa; puede mejorar la participación ciudadana, especialmente vinculando el trabajo administrativo de la sociedad y sus ciudadanos. Si estas estrategias trabajan de manera conjunta y con una buena planificación proveerán de fuerza a su comunidad debido a que influyen en la percepción de cada individuo, movilizándolo hacia una meta común. De esta forma, hoy en día numerosas son las empresas que recurren a la publicidad corporativa como medio de difusión para visibilidad de su nombre, imagen y reputación, siendo los agentes profesionales en marketing una base sólida para la fortuna de estas entidades y su público, al que manejan de manera crucial en la implementación y planificación de sus estrategias (Erazo Álvarez, 2015, p. 33).

Según Alvarenga Martínez (2017, pág. 44) en su investigación *Plan estratégico de difusión sobre la labor social y cultura de paz del sistema nacional de orquestas y coros juveniles e infantiles de Venezuela en la Urbanización Los Dos Caminos*, se establece un marco legal que garantiza que las personas; especialmente aquellas que cuentan con algún tipo de discapacidad; tengan el derecho de acceder a diversas actividades, facilitando su integración y participación en la sociedad mediante la aplicación de un programa de educación que impulsa estrategias de difusión para informar a su comunidad. La función principal de esta estrategia de difusión es acrecentar la existencia del programa y destacar como este cumple a cabalidad los principios establecidos en el instrumento legal ya

mencionado, recordando que al difundir de manera exacta el objetivo de este programa se puede sensibilizar a la comunidad sobre la inclusión de personas con discapacidad. (Alvarenga, 2017, p.44).

La relevancia de la comunicación efectiva recae en el liderazgo efectivo, este liderazgo impone cuán lejos va a ser el grado de eficiencia de una institución y su capacidad para desenvolverse habilidosamente en este proceso; A través de la comunicación se transmiten pensamientos y emociones que abarcan impulsos de desarrollo comunitario, la ruptura de barreras y la consolidación de nuevos trayectos al igual que oportunidades. (Gómez, 2017, p. 42)

### **Estrategias de Comunicación Digital**

La comunicación digital abarca la difusión de datos, mensajes e información mediante el uso de tecnologías avanzadas, un conjunto de herramientas que posibilitan la rápida accesibilidad y conservación de información en diversos formatos. Este tipo de comunicación comprende una amplia gama de métodos, desde simples mensajes de texto o llamadas hasta plataformas digitales como correos electrónicos o redes sociales, todas basadas en tecnología digital para la transmisión de datos (Villanueva y Daza, 2023, p.14).

Tuvo sus inicios en ingenierías de las matemáticas o la electrónica como un componente imprescindible al establecer un lenguaje digital, pero no tardó mucho en que su potencial fuera visto en otras ramas tales como el periodismo, en este sentido, la comunicación digital como una ventaja, desempeña un papel esencial al destacar comunidades y fomentar actividades como el turismo, generando recursos para la población e impulsando la expresión cultural de la localidad Andrade (Andrade, 2019, p.25).

Una estrategia de comunicación digital es una planificación integra que utiliza diferentes canales y herramientas tecnológicas para alcanzar un objetivo comunicacional específico, por lo general se diseña para aprovechar el máximo potencial de tecnologías digitales con el propósito de conectar directa o indirectamente con la audiencia esperada, ya sea para promover un producto, servicio o difundir información. (Morales Coello, 2022, p. 13).

Saber cuán lejos llegue el nombre de una marca es de mucho valor para la organización de una empresa, debido a que este dato infiere cuan favorable ha sido la posición de la marca para su público, consolidándola y generando el reconocimiento por el

cual se trabajó, un claro ejemplo es el caso de “Coca-Cola” que logro posicionarse ante el mundo entero mediante una buena estrategia de comunicación digital, al aplicar estrategias de campaña ATL/BTL (Cabrera Masache & Ordóñez Rondán, 2022, p. 24).

### **Estrategias de Difusión en un G.A.D. Parroquial**

Las estrategias de difusión son cruciales para un gobierno autónomo descentralizado parroquial, ya que juegan un papel fundamental para el desarrollo de la comunidad a través de una comunicación efectiva. En síntesis, un GAD Parroquial es una entidad local capaz de atender las necesidades de su jurisdicción y para desarrollar esta labor sin obstáculos, es primordial que exista el factor clave de la comunicación efectiva dentro de sus parámetros como organización, siendo su principal aporte, la participación ciudadana al mantener a la comunidad informada eficientemente, dando como resultado transparencia, identidad local o gestionar alguna crisis que atraviere.

Al hablar de estrategias se puede nombrar al estudio sobre Estrategia de Comunicación para la Promoción del Turismo en El Empalme, en el año 2023, que tras entrevistar a los responsables de turismo y comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la localidad, se sugiere la implementación de estrategias de difusión para mejorar la comunicación en el ámbito turístico. Se destaca la necesidad de emplear herramientas que faciliten la promoción de los atractivos turísticos locales (Vera, 2023, p.54).

Esta investigación permite reflexionar que en un mundo cada vez más interconectado, la comunicación efectiva emerge como un pilar fundamental para el desarrollo turístico de una región, por lo que, la forma en que se comparten las historias de cada rincón turístico tiene un impacto duradero en su conservación y aprecio por parte de quienes lo visitan.

## **Aspectos Metodológicos**

### **Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación que se ejecutó en este trabajo es no experimental, esta investigación se trata analizar sucesos tal como se presentan en su contexto natural, la misma que carece por el manejo de una variable independiente de la retribución aleatoria de quienes participan en las condiciones u órdenes de este proceso, esta distinción se da aunque la investigación experimental pueda suministrar experiencias de cambios de la variable independiente (Consultores, 2021, p. 12).

Con la investigación no experimental exploratoria se busca analizar en un contexto de eficiencia, las estrategias de difusión aplicadas por el GAD Anconcito.

### **Tipos de investigación**

En este trabajo se utilizó la investigación básica descriptiva para conocer el estado de la comunicación del gobierno autónomo descentralizado de Anconcito, este tipo de investigación tiene como objetivo describir varias características fundamentales de los objetos de estudio que permiten identificar el comportamiento de los mismos suministrando información clara y medible con otras fuentes. “El objetivo de la investigación descriptiva trata sobre llegar a conocer situaciones, cultura y posturas relevantes mediante la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (Valle, Manrique, & Revilla, 2022, p. 32)

### **Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación sobre la comunicación efectiva en las estrategias de difusión del GAD Anconcito es cualitativo con un alcance correlacional, el cual permite realizar análisis interpretativos de lo que se investiga para conocer las opiniones de los entrevistados siendo flexible, analizando la relación entre las variables sujeto de estudio.

“El enfoque cualitativo, se deriva de un marco conceptual, oportuno al problema desarrollado, estas relaciones conceptuales de examinan y colocan a ensayo mediante el estudio de la interacción entre indicadores que maniobran como relativo empírico de las definiciones” (Toro, 2023, p. 2).

### **Método de investigación**

El método de investigación que se utilizó es el método inductivo, con el fin de poder

realizar la recolección de información que contribuya a conocer como es la comunicación del GAD de Anconcito.

“En el método inductivo se analizan los casos de manera que se considera lo particular hasta lo general, cuyos resultados permiten obtener análisis y conclusiones de carácter general, considerando la observación y la experiencia de la realidad.” (Acosta S. , 2023, p. 91)

### **Población y muestra**

La Población que considera como un conjunto de elementos que poseen ciertas tipologías que se vayan a estudiar, la muestra es el complemento que permite extrapolar y generalizar los resultados observados en una población, esta será representativa de acuerdo a los sujetos de la población si en caso lo necesiten en su trabajo de estudio (Otzen & Manterola, 2017, p. 227).

La población está representada por los habitantes de la parroquia Anconcito, para lo cual se toma una muestra no probabilística aleatoria simple de 7 entrevistas dirigidas a los presidentes barriales del sector, así como a profesionales de la comunicación de manera que se pueda conocer su perspectiva de la misma.

### **Técnica e instrumentos**

Las técnicas e instrumentos utilizados son la entrevista a los integrantes del GAD de Anconcito, empleando como instrumento una la guía de preguntas. La entrevista es considerada como una excelente técnica de recolección de datos cualitativos, contribuyendo al acercamiento del investigador con la realidad, con ello se recolecta la información mediante preguntas abiertas en las que destacan la opinión de los entrevistados enfocados con el objetivo. (García, Martínez, Naiara, & Sánchez, 2006, p. 3)

## **Análisis y Discusión de Resultados**

### **Análisis de Resultados**

Para la investigación se realizan entrevistas como medio de recolección de la información, cuyo propósito es analizar elementos de la comunicación efectiva y sus posibles relaciones con estrategias de difusión del GAD Anconcito, mediante un análisis de registros de la comunicación aplicada a 5 presidentes barriales de la parroquia Anconcito, así como a 2 profesionales de la comunicación del sector, siendo elegidos mediante un muestreo aleatorio simple entre los líderes de la comunidad de manera que aporten con sus opiniones acerca del objeto de estudio, obteniendo los siguientes resultados:

#### **¿Qué se entiende por comunicación efectiva?**

De acuerdo a los datos recolectados, los entrevistados consideran que la comunicación efectiva es aquella en la que el mensaje que se desea transmitir a la comunidad llega de manera clara, entendible y transparente, haciendo que la comunidad cuente con la información tal como sucede de manera que cada persona pueda sacar sus propias conclusiones de los hechos ocurridos.

#### **¿Qué prácticas o elementos considera necesarios dentro del GAD Anconcito para tener una comunicación efectiva?**

Consideran que para una comunicación efectiva los medios informativos deben ser los más adecuados, de manera que la información que se genera llegue a todas las personas que se requiere, no solo que se quede limitada en un sector mínimo, por lo que es necesario que se utilice adecuadamente los canales de información para lograr aquello, de la misma manera expresan que esta debe ser la más oportuna posible.

#### **¿Ha observado desafíos específicos que el GAD Anconcito enfrenta en términos de comunicación efectiva? ¿Cómo podrían abordarse estos desafíos?**

Uno de los desafíos que enfrenta el GAD de Anconcito, es la mejora de la efectividad de su comunicación con la comunidad del sector, para aquello es importante tener una visión estratégica, que permita interactuar de manera directa con el público meta, en este sentido, tener ese acercamiento con la ciudadanía sobre las actividades que se realizan de manera inmediata. Por tal razón, el desafío que tiene el Gad de Anconcito, es ser parte de la innovación, de la creatividad a la hora de informar y sobre todo, adaptarse a los nuevos cambios de los medios de comunicación.

**¿Cuáles son los canales de comunicación utilizados por el GAD Anconcito para llegar a la comunidad? ¿Por qué cree que son efectivos?**

La investigación permitió conocer que los principales canales de información comunicación utilizados por el GAD Anconcito son:

- Facebook institucional
- Megáfonos denominados “La voz de los techos”

En lo que respecta al Facebook institucional, es un canal de comunicación que utiliza el GAD de Anconcito, que permite informar a la ciudadanía las actividades que realiza el cabildo, sin embargo, la información que se presenta no es suficiente ni oportuna.

De la misma manera, los megáfonos ubicados en postes de la parroquia llamados la voz de los techos, son el medio de comunicación más efectivo que posee esta localidad, pero la falta de organización y el establecimiento de horarios no permite que toda la comunidad se pueda informar por este medio.

**¿Considera Ud. que las estrategias de difusión del GAD Anconcito son efectivas para llegar a la comunidad.? ¿Por qué?**

Los entrevistados coinciden en que en esta localidad no existe una estrategia de difusión efectiva que permita llegar a la comunidad, debido a que son muy lineales, así como que no existe el contacto directo con el ciudadano.

**¿Considera accesible la información proporcionada por el GAD Anconcito a través de sus canales de comunicación?**

Las entrevistas reflejan que la información proporcionada por el GAD Anconcito a través de sus canales de comunicación no es accesible por no contar con una organización y aprovechamiento adecuado de sus canales de información.

**¿Cómo percibe la comunidad la comunicación del GAD Anconcito? ¿Se sienten bien informados y comprometidos?**

Los entrevistados manifiestan que la comunidad no, se siente bien informada, debido a que hoy en día, la comunidad no solo hace uso de un solo canal de difusión, en la actualidad existen diversas maneras de informar mediante los diferentes canales de comunicación.

Así mismo se debe considerar el cambio generacional, que ha generado cambios en la manera en que las personas se informan, tomando en cuenta que la parroquia cuenta con personas de diferentes edades. Los adolescentes tienen una forma distinta para atraer su

atención en comparación de un público adulto, las nuevas redes sociales suelen ser más atractivas para este grupo de personas, la variedad, las tendencias y las herramientas de estas plataformas, hacen de esta, otra alternativa para informar.

**¿Cómo describiría el enfoque actual de las estrategias de difusión implementadas por el GAD Anconcito en términos de su comunicación con la comunidad?**

Al decir de los entrevistados, el enfoque actual de las actual de las estrategias genera una insuficiente difusión, debido a que no existe a la visita a los medios de comunicación un vocero que resalte las actividades realizadas y las programadas, como por ejemplo se aproximan sus festividades de parroquialización y hasta ahora la comunidad no conoce su calendario de festividades por los medios radiales, digitales o impresos, lo cual no permite el alcance esperado de tu información.

**¿Hay alguna estrategia de difusión en particular que haya destacado como especialmente eficaz o innovadora? ¿Por qué?**

Hasta ahora de acuerdo a las entrevistas no existe alguna estrategia de difusión que haya destacado, porque se difunde información de manera incorrecta y en plataformas digitales son poco utilizadas, debido a la desactualización y falta de creatividad e innovación.

**Desde su perspectiva, ¿cómo debería el GAD Anconcito adaptar sus estrategias de difusión para garantizar una comunicación más inclusiva y participativa con la comunidad?**

Para que exista una mejora en la difusión para garantizar una comunicación más inclusiva y participativa con la comunidad se debería aprovechar la tecnología haciendo un mayor uso a las redes sociales, usando más Facebook, Instagram y las demás redes sociales usadas por la comunidad.

Así mismo, la habilitación de un número de contacto directo para que los habitantes de la parroquia puedan enviar mensajes o realizar llamadas para despejar sus dudas o mantenerse informado por medio de WhatsApp.

Todo ello, con informativos programadas en los megáfonos de la voz de los techos, estableciendo horas para los comunicados de manera que la comunidad se adapte a las horas que se emiten los comunicados, programando además reuniones mensuales con los presidentes de cada barrio de manera que ellos sean los principales beneficiados de la información para que esta pueda ser compartida también por medio de ellos en sus sectores.

**¿Cómo cree que las estrategias de difusión del GAD Anconcito pueden ser adaptadas para abordar mejor las necesidades y expectativas cambiantes de la comunidad de manera que promuevan una mejor comunicación con sus habitantes.?**

Las estrategias de difusión del GAD Anconcito pueden ser adaptadas para abordar mejor las necesidades y expectativas mediante la planificación adecuada de los comunicados, así como el seguimiento de que la información que se comparte llegue a la mayor cantidad de personas de la comunidad de manera que estos se sientan motivados a seguir y estar pendientes de los canales establecidos por los dirigentes de la parroquia.

Informar va más allá de difundir una flyer o un video en una red social, es usar todos los canales posibles como: voz de los techos, volanteo puerta a puerta (entrega de volantes), perifoneo de la actividad, difusión de eventos en pantallas, medios radiales, impresos y digitales.

**¿Considera que hay relación entre los elementos de una comunicación efectiva con la práctica de difusión estratégica del GAD Anconcito?**

De acuerdo a las entrevistas, si existe una relación directa entre los elementos de una comunicación efectiva con la práctica de difusión estratégica del GAD Anconcito, porque si los dirigentes parroquiales no consideran dichos elementos no lograrán mantener informada a toda la comunidad, por lo que es necesario la mejora de las estrategias de difusión.

Para hacer frente al reto de la efectividad de las estrategias de comunicación de esta institución gubernamental, es importante conocer los objetivos, elaborar un plan de comunicación que permitan analizar qué actividad realiza la institución y el alcance que existe con los medios de comunicación.

Por lo tanto, al observar las redes sociales del GAD Parroquial de Anconcito, como Facebook, se determina que las estrategias de comunicación no han sido las apropiadas, entre las observaciones: fotos repetitivas de una misma actividad en una misma publicación, faltas ortográficas, poca interacción, su página web desactualizada (no tiene noticias actualizadas) y no se observa cobertura o difusión de sus actividades en los medios de comunicación.

**¿Considera que las estrategias de difusión del GAD Anconcito fomentan la participación activa de la comunidad en los asuntos locales?**

La entrevista refleja que las estrategias de difusión del GAD Anconcito no fomentan la participación activa de la comunidad en los asuntos locales, esto por la falta de adaptación

a las nuevas tendencias comunicacionales, así como de información concisa, por lo que es necesario su mejora implementando buzón de sugerencias y realizando constantemente encuestas ciudadanas.

### **¿Cómo calificaría el nivel de efectividad de las estrategias de comunicación del GAD Anconcito en la difusión de información importante?**

Finalmente, las entrevistas ayudaron a conocer que el nivel de efectividad de las estrategias de la parroquia es baja o deficiente, debido a que existe información desactualizada en su página web, en sus redes sociales como Facebook, así como que no existe mayor información que ayude a la ciudadanía, por ejemplo: flyers con números telefónicos para contacto directo sobre necesidades con el usuario, horarios de recolección de basura para el turista, guía de huecas que fomenten el turismo gastronómico, etc.

### **Discusión de resultados**

La presente investigación permite conocer que las estrategias de difusión están relacionadas con la comunicación en el GAD de Anconcito, pero que estas estrategias no se utilizan coordinadamente para hacer llegar su información a sus habitantes, debido a que consideran que la información no se socializa de manera correcta. Esta institución cuenta con redes sociales como Facebook, así como megáfonos en diferentes sectores conocido como “La voz de los techos”, dichos medios no generan el efecto requerido por la comunidad.

Las estrategias de difusión que utiliza el GAD de Anconcito principalmente son:

- Redes sociales como el Facebook.
- Megáfonos ubicados en toda la localidad denominados “La voz de los techos” .

Estos medios permiten utilizar estrategias para lograr compartir su información con sus habitantes, pero a pesar de ello los habitantes no se enteran de lo que ocurre o de las directrices que emite el Gad parroquial, dentro de este estudio se pudo conocer que los habitantes no se encuentran informados de la información que emite el gobierno parroquial, por lo que estos canales no están siendo utilizados adecuadamente generando desinformación en el sector considerando que el rol de informar va más allá de poner información en un documento o anunciarla en un megáfono, informar a la comunidad es usar todos los canales posibles para que se enteren de lo que ocurre en el sector o de las directrices que se emite, como: voz de los techos, volanteo puerta a puerta (entrega de volantes), perifoneo de la actividad, difusión de eventos en pantallas, medios radiales, impresos y digitales, de manera

que las personas pueda de una u otra manera mantenerse informado de dichas actividades.

Al observar las redes sociales del GAD Parroquial de Anconcito, como Facebook, se determina que las estrategias de comunicación no han sido las apropiadas, entre las observaciones: fotos repetitivas de una misma actividad en una misma publicación, faltas ortográficas, poca interacción, su página web desactualizada (no tiene noticias actualizadas) y no se observa cobertura o difusión de sus actividades en los medios de comunicación.

Los líderes de la parroquia Anconcito consideran que el Gad no adapta sus estrategias de difusión según las necesidades de la comunidad, ya que muchas veces la ciudadanía no se entera de las gestiones que realiza el GAD, por lo que la consideran deficiente, debido a que existe información desactualizada en su página web, en sus redes sociales como Facebook, no existe mayor información que ayude a la ciudadanía, como flyers con números telefónicos para contacto directo sobre necesidades con el usuario, horarios de recolección de basura para el turista, guía de huecas que fomenten el turismo gastronómico, etc.

**Tabla 1**  
*Matriz de análisis*

**MATRIZ DE ANÁLISIS**  
**PARÁMETROS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA EN RELACIÓN A LAS**  
**ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DEL GAD ANCONCITO**

PARÁMETRO	De acuerdo con entrevistados			De acuerdo con estrategia de difusión del GAD Anconcito <i>(se analiza una estrategia o pieza comunicacional de referencia)</i>		
	SI	NO	Por qué	SI	NO	Por qué
Claridad en el Mensaje		✓	Se dificulta la comprensión clara del mensaje, por haber presentado algunos comunicados con faltas ortográficas, haciendo que sea un poco más difícil de entender.		✓	Los mensajes que se emiten no son claros, por encontrar faltas ortográficas en sus redes sociales.
Relevancia, pertinencia y empatía		✓	Comunicados no llegan a tiempo, sin aprovechar la		✓	La información no se emite considerando la variedad de habitantes

			tecnología para hacer que el mensaje llegue a más personas.			los cuales pueden compartir la información.
Feedback y Retroalimentación		✓	No realizan retroalimentación		✓	No hay seguimiento ni retroalimentación
Uso Adecuado de Medios y Canales		✓	No programan los comunicados, ni actualizan oportunamente las redes sociales del GAD		✓	No hay información actual en las redes sociales. El megáfono de la localidad no es usado adecuadamente
Coherencia y Consistencia	✓		Se entiende el mensaje que trasmite.	✓		Los comunicados son coherentes y consistentes en lo que se informa.
Escucha Activa		✓	No se escucha las necesidades de la comunidad.		✓	Requiere mejora para poder hallar estrategias en base a las necesidades de la comunidad, las cuales pueden ayudar a crear las mismas.
Culturalmente Sensible		✓	No considera la diversidad cultural del sector		✓	Los comunicados que realiza son generales.
Adaptabilidad		✓	No se adapta a las necesidades de la comunidad		✓	Las necesidades comunicacionales del sector son variadas, pero no son consideradas en el momento de transmitir el mensaje.
Propósito Claro	✓		Los mensajes mantienen propósitos claros, informando de una manera entendible a las personas que se logra informar.	✓		Mantiene un propósito de informar, pero no considera que el mensaje llegue a todos los habitantes.

**Fuente:** Líderes barriales y periodista de la parroquia Anconcito

## CONCLUSIÓN

Entre los elementos de la comunicación efectiva se encuentran el transmitir la información de manera clara, siendo empáticos utilizando los medios de comunicación adecuados, entre otros. En base a ello se concluye que el nivel de comunicación efectiva presente en las estrategias que aplica el GAD de Anconcito es bajo, debido a que no aplica adecuadamente estrategias de difusión de su información generando en sus usuarios dificultades para enterarse de las acciones o resoluciones del GAD, a pesar de contar con redes sociales y un altavoz de la localidad.

En la localidad el GAD puede utilizar nuevas estrategias que le permitan fortalecer la comunicación efectiva de manera directa con los líderes barriales, para que estos a su vez informen en su sector, través de la apertura de líneas telefónicas ciudadanas, correos institucionales, horarios fijos de emisiones en la voz de los techos, lo cual ayudará con un feedback (retroalimentación), para conocer las solicitudes implementadas por los habitantes o dar seguimiento a sus requerimientos. Las estrategias de difusión deben adaptarse a las nuevas tendencias, considerando dar información concisa de manera que puedan utilizarse adecuadamente los canales de información haciendo efectiva la comunicación del GAD con la comunidad, realizando boletines que pueden ser emitidos mediante la “voz de los techos”, o realizar murales con información relevante, así mismo tener reuniones mensuales con los presidentes de cada barrio y que ellos difundan la información con sus moradores.

Es importante tener una visión estratégica, que permita interactuar de manera directa con el público meta, en este sentido, tener ese acercamiento con la ciudadanía sobre las actividades que se realizan de manera inmediata, por tal razón, el desafío que tiene el Gad de Anconcito, es ser parte de la innovación, de la creatividad a la hora de informar y sobre todo, adaptarse a los nuevos cambios de los medios de comunicación, aprovechando adecuadamente los beneficios de la tecnología para mejorar su comunicación, aprovechando las redes sociales y megáfonos los cuales son herramientas importantes para la comunicación efectiva en la comunidad, por lo que debe desarrollar mejores estrategias de difusión, en base a las herramientas disponibles.

Debido a que hoy en día, la comunidad no solo hace uso de un solo canal de difusión, en la actualidad existen diversas maneras de informar mediante los diferentes canales de comunicación, sin considerar que en su comunidad se encuentran personas de diferentes

edades. Considerando aquello y que se requiere una forma distinta para atraer su atención en comparación de un público adulto, ya que los canales actuales son insuficientes, debido a que no existe la visita a los medios de comunicación de un vocero que resalte las actividades realizadas y las programadas, se aproximan sus festividades de parroquialización y no se conoce su calendario de festividades por los medios radiales, digitales o impresos, por lo que no hacer usos de todos los canales de difusión, no permite el alcance esperado de tu información.

Las nuevas redes sociales suelen ser más atractivas para este grupo de personas, la variedad, las tendencias y las herramientas de estas plataformas, hacen de esta, otra alternativa para informar, por lo que el GAD de Anconcito debería considerar todos estos aspectos para mejorar sus canales de difusión, por lo que es requerido:

- ✚ Reuniones periódicas y programadas con los presidentes barriales para informar de las acciones a emprender por parte del gobierno parroquial.
- ✚ El fortalecimiento del uso de las redes sociales del GAD, publicando información de manera oportuna y confiable.
- ✚ La habilitación de un número telefónico, de manera que exista una línea directa de comunicación.
- ✚ El establecimiento de horarios fijos de socialización de información mediante la voz de los techos, de manera que los habitantes de Anconcito conozcan la hora que se realizan los comunicados diariamente.

## Referencias

- Acosta, S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. Venezuela: Revista Latinoamericana Ogmios,.
- Alvarenga Martínez, L. M. (2017). Plan estratégico de difusión sobre la labor social y cultura de paz del sistema nacional de orquestas y coros juveniles e infantiles de Venezuela en la Urbanización Los Dos Caminos, Municipio Sucre, Estado Miranda. (Bachelor's thesis). Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela. Obtenido de <http://saber.ucv.ve/bitstream/10872/17592/3/Completo.pdf>
- Andrade Mendoza, K. (2019). Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*(30), 211-227. doi:<https://doi.org/10.17163/uni.n30.2019.10>
- Arias, J. (2021). Adaptabilidad a las tecnologías de la información, comunicación y procrastinación laboral en colaboradores del sector público en Arequipa. *Revista Científica Uisrael*, 83-96. doi:<https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.348>
- Cabrera, A., & Ordóñez, M. (2022). Gestión de marca y estrategias de comunicación digital. Caso: Fundación Sueños Comunitarios. (Bachelor's thesis). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/61884>
- Carvajal, D. (2021). La comunicación efectiva y el crecimiento organizacional: Caso Asociación de Buzos ASOSALAN del cantón Puerto López, año 2021. Jipijapa - Manabi - Ecuador: Universidad Estatal del Sur de Manabí "UNESUM". Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3872/1/TESIS%20DAMIAN%20CARVAJAL%20AVILA.pdf>
- Coello, M. (2022). Comunicación Efectiva y su Influencia en el Compromiso Organizacional de Docentes en una Institución Educativa, Palenque, 2021. Piura - Perú: Universidad César Vallejo.
- Consultores, B. (2021). LA INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL. ONLINE-TESIS. Obtenido de <https://online-tesis.com/la-investigacion-no-experimental/>
- Delgado, Á. (2016). Redacción científica: precisión, claridad y brevedad. 1. doi:<https://doi.org/10.3916/escuela-de-autores-005>
- Erazo Álvarez, C. A. (2015). Diseño de una estrategia comunicacional corporativa de la difusión de la Base Naval de Jaramijo Bimjar. (Master's thesis). Universidad Regional

- Autónoma de Los Andes, Ambato. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/626/1/TUAMCC022-2015.pdf>
- Espinoza, E. (2021). Importancia de la retroalimentación formativa en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(4). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202021000400389](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000400389)
- Gamboa, L., & Álvarez, M. (2022). Impacto de los canales de comunicación corporativa en los resultados de instituciones publicas. *Reciamuc*, 55-62. doi:10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.55-62
- Gartenberg, C. (2020). <https://perspectiva.ide.edu.ec/investiga/wp-content/uploads/2021/02/Perspectiva-2021-02-3.pdf>. IESE Insight, 12-14. Obtenido de <https://perspectiva.ide.edu.ec/investiga/wp-content/uploads/2021/02/Perspectiva-2021-02-3.pdf>
- Gómez Herrera, N. R. (2017). Manual sobre la comunicación efectiva y eficaz entre Junta Administrativa y Director Colegio Evangélico Mixto Privado “Emanuel” del Ciclo Básico y Diversificado, San Ildefonso Ixtahuacán Huehuetenango. (Professional Practice Report). Universidad Panamericana de Guatemala, Ciudad de Guatemala, Guatemala. Obtenido de [https://glifos.upana.edu.gt/library/images/1/19/TESIS\\_DE\\_NERY\\_RODOLFO\\_GOMEZ\\_HERRERA.pdf](https://glifos.upana.edu.gt/library/images/1/19/TESIS_DE_NERY_RODOLFO_GOMEZ_HERRERA.pdf)
- Guerrero, J. (2017). La práctica social culturalmente sensible, ¿realidad o ficción? Una aproximación teórica y comparativa sobre los fundamentos de la competencia cultural y su desarrollo en los estudios de grado en Trabajo Social. *Trabajo social global - Global Social Work: Revista de investigaciones en intervención social*, 169-192. Obtenido de [https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/48815/TSG%20V7\\_N13\\_8%20Guerrero%20Mu%c3%b1oz.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/48815/TSG%20V7_N13_8%20Guerrero%20Mu%c3%b1oz.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Guzmán, K. (2018). La comunicación empática desde la perspectiva de la educación inclusiva. *Actualidades Investigativas en Educación*, 1-18. doi:10.15517/aie.v18i3.34211
- Jiménez, F. (2014). USO DEL FEEDBACK COMO ESTRATEGIA DE EVALUACION: APORTES DESDE UN ENFOQUE SOCIOCONSTRUCTIVISTA. *Revista*

- Morales, G. (2022). Estrategias de posicionamiento de medios de comunicación digital del cantón Babahoyo. (Bachelor's thesis). Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11806>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Peña, S., Laskano, I., & Larrondo, A. (2020). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital. *Andamios*, 16(40). doi:[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-00632019000200351](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632019000200351)
- Petrone, P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organizacion de la salud. Colombia: Revista Colombiana de cirugía.
- Rodríguez López, L. J. (2022). Comunicación efectiva y motivación organizacional en trabajadores de la Municipalidad Distrital de Nueva Cajamarca, 2021. (Master's thesis). Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/81726>
- Rosales, L. (2022). Estrategias Comunicacional Como Herramienta De Difusion Para El Gad Parroquial De Jose Luis Tamayo. Universidad Estatal Península de Santa Elena, 12.
- Subiela , J., Abellón , J., Celdrán , A., Manzanares , J., & Satorres , B. (2014). La importancia de la Escucha Activa en la intervención Enfermera. *Enfermería Global*, 13(2), 276-292. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=365834853013>
- Toro, D. (2023). Método cualitativo . En D. Toro, Método y conocimiento: metodología de la investigación. Tesisplus. Obtenido de <https://tesisplus.com/metodo-cualitativo/metodo-cualitativo-segun-autores/>
- Tur-Viñes, V., & Monserrat-Gauchi, J. (2014). El Plan Estratégico De Comunicación. Estructura Y Funciones. España: Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portuga.
- UNESCO. (13 de Noviembre de 2023). Comunicación e información. Obtenido de Unesco.org: <https://www.unesco.org/es/communication->



## ANEXOS

### Anexo 1 Formato de entrevista



**Tema:**

La comunicación efectiva en las estrategias de difusión del GAD Anconcito.

Dirigida a líderes barriales de la parroquia y personal del Gad Anconcito

No.	Pregunta
1	¿Qué se entiende por comunicación efectiva?
2	¿Qué prácticas o elementos considera necesarios dentro del GAD Anconcito para tener una comunicación efectiva?
3	¿Ha observado desafíos específicos que el GAD Anconcito enfrenta en términos de comunicación efectiva? ¿Cómo podrían abordarse estos desafíos?
4	¿Cuáles son los canales de comunicación utilizados por el GAD Anconcito para llegar a la comunidad? ¿Por qué cree que son efectivos?
5	¿Considera Ud. que las estrategias de difusión del GAD Anconcito son efectivas para llegar a la comunidad.? ¿Por qué?
6	¿Considera accesible la información proporcionada por el GAD Anconcito a través de sus canales de comunicación?
7	¿Cómo percibe la comunidad la comunicación del GAD Anconcito? ¿Se sienten bien informados y comprometidos?
8	¿Cómo describiría el enfoque actual de las estrategias de difusión implementadas

	por el GAD Anconcito en términos de su comunicación con la comunidad?
9	¿Hay alguna estrategia de difusión en particular que haya destacado como especialmente eficaz o innovadora? ¿Por qué?
10	Desde su perspectiva, ¿Cómo debería el GAD Anconcito adaptar sus estrategias de difusión para garantizar una comunicación más inclusiva y participativa con la comunidad?
11	¿Cómo cree que las estrategias de difusión del GAD Anconcito pueden ser adaptadas para abordar mejor las necesidades y expectativas cambiantes de la comunidad de manera que promuevan una mejor comunicación con sus habitantes?
12	¿Considera que hay relación entre los elementos de una comunicación efectiva con la práctica de difusión estratégica del GAD Anconcito?
13	¿Considera que las estrategias de difusión del GAD Anconcito fomentan la participación activa de la comunidad en los asuntos locales?
14	¿Cómo calificaría el nivel de efectividad de las estrategias de comunicación del GAD Anconcito en la difusión de información importante?

**Elaborado por:** Lcdo. Walter Enrique Suárez Alfonzo

**Anexo 2 Foto de entrevista a periodista**



**Anexo 3 Foto de entrevista a líder barrial**

