

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

TÍTULO DEL ENSAYO

Estrategias de comunicación e imagen corporativa:

caso GAD parroquial de Ancón

AUTOR

Bravo Meza Washington Daniel

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

TUTOR

Lic. Byron Andino Veloz, Dr.

Santa Elena, Ecuador

Año 2025



**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.



BYRON PACIFICO
ANDINO VELOZ

**Ab. Bryan Díaz Alava, Mgtr.
COORDINADOR DEL
PROGRAMA**

**Lic. Byron Andino Veloz, Dr.
TUTOR**

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

**Lic. Milton González Santos, 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 Washington Daniel Bravo Meza, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,



Resumido electrónicamente por:
**BYRON PACIFICO
ANDINO VELOZ**

Lic. Byron Andino Veloz, Dr.
C.I. 0603502212

TUTOR



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Bravo Meza Washington Daniel

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, Estrategias de comunicación e imagen corporativa: caso GAD parroquial de Ancón, 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.

Santa Elena, a los 27 días del mes de enero de año 2025



Firmado electrónicamente por
**WASHINGTON DANIEL
BRAVO MEZA**

Lic. Washington Daniel Bravo Meza
C.I. 2450417957
AUTOR



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Washington Daniel Bravo Meza

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.

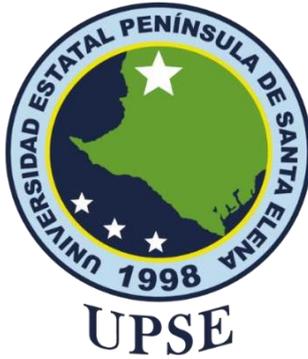
Cedo los derechos en línea patrimoniales de Estrategias de comunicación e imagen corporativa: caso GAD parroquial de Ancón, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Santa Elena, a los 27 días del mes de enero de año 2025



Firmado electrónicamente por:
**WASHINGTON DANIEL
BRAVO MEZA**

Lic. Washington Daniel Bravo Meza
C.I. 2450417957
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 “Estrategia de comunicación e imagen corporativa: caso GAD parroquial de Ancón”, presentado por el estudiante, Washington Daniel Bravo Meza fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 2%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Washington Daniel Bravo Meza

2% Textos sospechosos

< 1% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
1% Idiomas no reconocidos
67% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: 10 Ensayo 18-12-2024 (1).docx
ID del documento: 7c08f582afc7e6a413197aebf6d8b4f9731aba2e
Tamaño del documento original: 70,83 kB
Autores: []

Depositante: BYRON PACÍFICO ANDINO VELOZ
Fecha de depósito: 20/1/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 20/1/2025

Número de palabras: 6590
Número de caracteres: 45.606

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuente principal detectada

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	doi.org https://doi.org/10.54783/ajsoc.v3i1.303	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)



Firmado electrónicamente por:
**BYRON PACÍFICO
ANDINO VELOZ**

Lic. Byron Andino Veloz, Dr.
C.I. 0603502212
TUTOR

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

TITULO DE ENSAYO	I
TRIBUNAL DE GRADO.....	II
CERTIFICACIÓN.....	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	IV
AUTORIZACIÓN.....	V
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
ÍNDICE DE APÉNDICES	VIII
AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA	IX
RESUMEN.....	X
INTRODUCCIÓN.....	1
ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	2
DESARROLLO.....	3
CONCLUSIÓN	14
BIBLIOGRAFÍA	15
ANEXOS	18

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: ideas clave de entrevistas a funcionarios del GAD de Ancón.....	22
Tabla 2: limitaciones de la comunicación del GAD de Ancón.....	23

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la fuerza y la perseverancia para culminar esta etapa académica. A mi familia, por su apoyo incondicional y por ser mi motor en cada desafío. A mis profesores y compañeros de la maestría, quienes con su conocimiento y experiencias enriquecieron mi formación. Y, finalmente, a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron a este logro.

Dedicatoria

Dedico este esfuerzo a mi familia, especialmente a mis padres, por su amor y sacrificio, y a mis amigos, quienes siempre me motivaron a seguir adelante. A cada persona que creyó en mí, esta meta también es suya.

Resumen

Este ensayo analiza la comunicación institucional y la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Ancón, bajo la administración de Samuel Rendón Ampuño desde mayo de 2023. Mediante un enfoque cualitativo que incluye entrevistas semiestructuradas, análisis de contenido, observación no participante y revisión documental, se adentra en las dinámicas de comunicación interna y externa del GAD y su impacto en la relación con la comunidad.

El objetivo principal fue identificar y evaluar las estrategias de comunicación e imagen corporativa que utiliza la institución para comprender cómo estas se gestionan y cómo influyen en su vinculación con la ciudadanía. Además, se examinaron las herramientas y métodos actuales de comunicación, tanto interna como externa, para indagar su eficacia en el fortalecimiento de la imagen institucional y la promoción de la participación comunitaria.

Los hallazgos muestran que, si bien las estrategias de comunicación tradicionales han tenido cierto éxito, enfrentan desafíos importantes. En el caso de la comunicación interna, se detectan obstáculos en los flujos de información entre departamentos, lo que dificulta la coordinación y ejecución de proyectos. Por otro lado, la comunicación externa, al depender en gran medida de los medios tradicionales, ha limitado la interacción con ciertos grupos, especialmente los jóvenes. Esto pone de manifiesto la necesidad de incorporar herramientas digitales que promuevan una participación más activa y mejoren la relación con la comunidad.

En el análisis también se evidencia la falta de protocolos formales para una planificación estratégica, comunicación en crisis y la carencia de un equipo dedicado a las comunicaciones, lo que deja a la institución en desventaja frente a los desafíos actuales. No obstante, se observa una apertura por parte de los líderes institucionales para implementar tecnologías digitales y acciones de comunicación más inclusivas y estructuradas.

Se concluye que para fortalecer la comunicación interna y externa del GAD es imprescindible modernizar las estrategias, adoptar un enfoque bidireccional e innovar en la gestión comunicacional. Estos cambios no solo ayudarían a consolidar la imagen institucional, sino que también permitirían un gobierno más inclusivo, transparente y cercano a las necesidades de la población.

Palabras clave: comunicación institucional, imagen corporativa, innovación tecnológica, comunicación digital.

Abstract

This essay analyzes the institutional communication and corporate image of the Ancón Parish GAD, under the administration of Maestro Samuel Rendón Ampuño since May 2023. Using a qualitative approach that includes semi-structured interviews, content analysis, non-participant observation, and document review, it delves into the internal and external communication dynamics of the GAD and its impact on the relationship with the community.

The main objective was to identify and evaluate the communication and corporate image strategies used by the institution to understand how these are managed and how they influence its connection with citizens. In addition, current communication tools and methods, both internal and external, were examined to assess their effectiveness in strengthening the institutional image and promoting community participation.

The findings show that, while traditional communication strategies have had some success, they face significant challenges. In the case of internal communication, obstacles are detected in the flows of information between departments, which makes it difficult to coordinate and execute projects. On the other hand, external communication, by depending largely on traditional media, has limited interaction with certain groups, especially young people. This highlights the need to incorporate digital tools that promote more active participation and improve the relationship with the community.

The analysis also highlights the lack of formal protocols for crisis communication, strategic planning and the lack of a team dedicated to communications, which leaves the institution at a disadvantage in the face of current challenges. However, there is an openness on the part of institutional leaders to implement digital technologies and more inclusive and structured communication strategies.

It is concluded that to strengthen the internal and external communication of the GAD it is essential to modernize strategies, adopt a two-way approach and innovate in communication management. These changes would not only help consolidate the institutional image, but would also allow for a more inclusive, transparent government that is closer to the needs of the population.

Keywords: institutional communication, corporate image, technological innovation, digital communication.

Introducción

En las instituciones públicas, la imagen corporativa y la comunicación son clave para obtener éxito y relacionarse con la comunidad. De tal manera, una comunicación efectiva no solo transmite información, sino que se conecta directamente con las personas, acoplándose a cada una gracias a la digitalización, ya que es crucial fortalecer la confianza, ser claros, coherentes y escuchar a los ciudadanos. Por otro lado, la comunicación gubernamental debe fomentar transparencia, facilitar la participación y aprovechar herramientas digitales como las plataformas digitales y así llegar a un público más amplio.

Por ejemplo, en Ecuador, con los Planes de Acción de Gobierno Abierto, en las iniciativas locales en ciudades como Quito, Cuenca y Riobamba, así como en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se puede reflejar cómo la tecnología puede ser aprovechada para mejorar la transparencia y la participación ciudadana. Estas experiencias demuestran que la comunicación gubernamental, cuando se basa en ser estratégica y centrada en el diálogo, puede generar confianza y fortalecer el vínculo entre las instituciones y la sociedad (Ecuador, Gobierno Autónomo 2022).

Una cultura organizacional sólida, apoyada por una comunicación interna eficaz, es fundamental para el rendimiento óptimo de cualquier institución. En este sentido, la transparencia y la colaboración dentro del GAD Parroquial de Ancón pueden fortalecer el sentido de pertenencia entre los empleados y mejorar la productividad de manera significativa. Un ejemplo relevante en este aspecto es el ayuntamiento de Barcelona, que ha implementado un modelo de comunicación interna basado en la transparencia, lo que ha generado un ambiente de trabajo más positivo y una mayor eficiencia operativa (Castro-Martínez y Díaz-Morilla 2020).

Respecto a la imagen corporativa, esta juega un papel crucial en cómo la institución es percibida por la comunidad. No se trata solo de una comunicación externa efectiva, sino también de la coherencia entre los valores institucionales y las acciones que se llevan a cabo. La imagen corporativa debe reflejar principios fundamentales como la eficiencia, transparencia y el compromiso con la comunidad.

Al implementar estrategias en comunicación e imagen corporativa, no solo se mejorará la relación del GAD Parroquial de Ancón con la comunidad, sino que también se fortalecerá la reputación de la institución, aumentando su visibilidad y asegurando un impacto positivo tanto en la gestión interna como en la percepción pública. Sin embargo,

es necesario analizar las estrategias actuales y evaluar si están siendo realmente efectivas para cumplir con los objetivos institucionales. En un contexto donde la comunicación digital y la participación ciudadana juegan un papel cada vez más relevante, es crucial identificar qué tácticas están funcionando y cuáles necesitan ajustes.

El GAD Parroquial de Ancón enfrenta ciertos desafíos debido a su presupuesto limitado, que, según el presidente del GAD, Samuel Rendón, es uno de los más bajos de la provincia de Santa Elena. Desde su creación en 2012, ha realizado diversas actividades comunitarias, pero sin contar con una dirección de comunicación ni personal especializado, lo que ha dificultado el desarrollo de una estrategia de comunicación profesional. Esta limitación presupuestaria impide la contratación de expertos y obliga a los miembros de la administración a asumir responsabilidades adicionales, como la creación de contenido y la gestión de redes sociales. A pesar de estos desafíos, el GAD continúa promoviendo áreas clave como los recursos naturales y el turismo, elementos esenciales para el crecimiento económico local.

En este contexto, surge la pregunta: ¿qué estrategias de comunicación e imagen corporativa está implementando el GAD Parroquial de Ancón; y qué acciones adicionales debería considerar para fortalecer su presencia en la comunidad y aumentar su visibilidad? Este ensayo se basa en un enfoque cualitativo, que incluye una revisión bibliográfica sobre estudios previos sobre comunicación gubernamental, un análisis de las cuentas de redes sociales y plataformas digitales del GAD, así como entrevistas con actores clave dentro de la institución.

El objetivo principal de este estudio es analizar las estrategias comunicacionales y la imagen corporativa del GAD Parroquial de Ancón para identificar oportunidades de mejora y proponer optimizaciones que fortalezcan su relación con la comunidad. Se busca evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación interna y diagnosticar las deficiencias en la comunicación interna y externa, para determinar las áreas que requieren ajustes.

Aspectos metodológicos

La metodología utilizada en este ensayo es de carácter cualitativo, debido a que permite explorar y comprender en profundidad las percepciones, actitudes y dinámicas relacionadas con las estrategias de comunicación e imagen corporativa implementadas por el GAD Parroquial de Ancón, bajo la administración de Samuel Rendón Ampuño,

desde mayo de 2023. Este enfoque se vuelve esencial, ya que pone énfasis en captar la perspectiva de los involucrados, considerando sus experiencias y el contexto en el que se desarrollan (Hernández-Sampieri, 2018).

Para este ensayo, se utilizó una combinación de métodos cualitativos, que incluyó entrevistas semiestructuradas, revisión documental y observación no participante. Utilizar esta estructura permite comprender desde diferentes perspectivas ciertas herramientas o métodos sobre actores sociales, para comprender a profundidad realidades concretas (de la Cuesta Benjumea 2015) Las entrevistas fueron realizadas con el presidente y la administradora del GAD Parroquial de Ancón, se utilizó una guía semiestructurada con preguntas abiertas que permitieron explorar aspectos de cultura organizacional, comunicación interna y percepción de la imagen institucional.

La revisión documental fue sobre los materiales de comunicación del GAD, por ejemplo, contenidos en redes sociales, para contextualizar las respuestas obtenidas y evaluar las estrategias comunicativas. Para ello se utilizó una ficha de análisis de las publicaciones en Facebook y otra, para la página web (anexos 1 y 2). La observación no participante, durante una visita al GAD, permitió conocer las dinámicas de comunicación en su entorno cotidiano. Este enfoque fue clave para captar comportamientos espontáneos durante las interacciones institucionales, sin interferir en las actividades cotidianas, como lo señala Sandoval (2020).

Además, se aplicó un análisis de discurso sobre los mensajes emitidos por el GAD a través de diversos canales oficiales, como redes sociales y boletines, para evaluar la coherencia entre el discurso institucional y las percepciones de los entrevistados. De la misma manera, se entiende que el análisis de discurso es una disciplina que estudia cómo se usa el contexto social, tal y como nos menciona (Corona Lisboa 2016). Esto permitió identificar fortalezas y áreas de mejora en la comunicación externa del GAD.

Con estos métodos, se abordó de manera integral las estrategias de comunicación del GAD Parroquial de Ancón y realizar un análisis para identificar patrones clave. Los datos obtenidos fueron procesados mediante un análisis interpretativo, con lo que se clasificaron los temas clave, como la innovación, cooperación, comunicación interna e identidad institucional, los cuales son fundamentales para fortalecer la relación con la comunidad y la imagen institucional.

Desarrollo

La cultura organizacional es fundamental para el buen desempeño de los equipos y la

eficiencia de toda la estructura en una institución, como lo refleja el GAD de Quito (GAD PICHINCHA 2024). Esta cultura representa el núcleo principal de la organización y sirve como marco de referencia para entender sus actividades, facilitando la transformación hacia un entorno más consciente y funcional. Sin embargo, algunas instituciones aún no comprenden la importancia de integrar una cultura organizacional sólida con sus operaciones diarias, lo que puede limitar su capacidad de adaptarse a los cambios necesarios que se necesitan actualmente. Esto resalta la relevancia de analizar cómo el GAD Parroquial de Ancón gestiona su cultura organizacional y sus estrategias comunicacionales para fortalecer su imagen institucional y responder a las demandas de la comunidad.

Debido a la necesidad, los procesos de capacitación no han sido formales, sino empíricos, donde la autoformación y el compartir conocimientos se han convertido en una red de inteligencia microcolectiva en la institución: “aunque no hemos llegado a ese nivel de automatización, hemos tratado de no quedarnos atrás” (Samuel Rendón Ampuño, comunicación personal, septiembre 2024).

El presidente del GAD añade que "sería ideal contar con personal dedicado exclusivamente a la comunicación, pero, ante la falta de recursos, las empleadas han estado capacitándose para mejorar en este aspecto". Todos contribuyen con lo que pueden, movilizand o sus habilidades y generando un esfuerzo colectivo para superar las limitaciones individuales. Este enfoque refleja lo que Pierre Lévy (2004) describe como "reflexionar y pensar juntos", una estrategia que ha permitido a nuestro equipo adaptarse a los desafíos sin perder de vista los objetivos institucionales.

La cultura organizacional influye directamente en todas las acciones y la identidad de una institución, afectando sus resultados y su ventaja competitiva (Stojanović et al., 2020). Un desarrollo adecuado de esta cultura está íntimamente ligado al rendimiento del personal y a la satisfacción de los empleados, siendo central para alcanzar los objetivos estratégicos. Por eso, es clave fomentar y fortalecer la cultura organizacional, ya que contribuye a mejorar la competitividad y el posicionamiento en el mercado.

En este sentido, los perfiles de los servidores públicos deberían contar al menos con bases en formación de comunicación. De esta manera, se optimizaría la gestión interna y se fortalecería la relación entre la cultura organizacional y la implementación de cambios innovadores. Lo que se requiere es garantizar una comunicación interna eficiente, con mayor interacción y participación.

Para que una organización, ya sea pública o privada, logre desarrollar una cultura adecuada, es esencial implementar estrategias comunicacionales que fortalezcan su funcionamiento tanto interno como externo. Estas estrategias son planes diseñados para alcanzar los objetivos clave de la institución, que se dividen en tres niveles: estratégico, táctico y operativo. Todos ellos deben trabajar juntos, alineados con la misión y visión de la organización, para guiarla hacia el éxito.

En el caso del GAD Parroquial de Ancón, su objetivo a largo plazo es el desarrollo sostenible de la parroquia, con énfasis en mejorar la calidad de vida, fortalecer la economía local y preservar el medio ambiente. A nivel táctico, deben concentrarse en proyectos de mediano plazo, como mejorar los servicios públicos esenciales (saneamiento, agua potable y educación). Por último, los objetivos operativos a corto plazo incluyen acciones concretas, como la reparación de caminos y la implementación de talleres comunitarios, que generan resultados inmediatos y ayudan a reforzar la confianza de los habitantes.

No obstante, el GAD enfrenta desafíos en términos de recursos y planificación, lo que dificulta el cumplimiento efectivo de estos objetivos. Para mejorar, es crucial optimizar la comunicación y la organización interna, lo que permitirá alinear mejor los objetivos con las acciones a realizar.

En este contexto, es importante entender cómo la reputación corporativa de la institución, que puede considerarse como su "personalidad", influye en las percepciones públicas con sus acciones, decisiones y con el éxito de sus iniciativas. No solo se basa en lo que la entidad cree de sí misma, sino en cómo es vista por los demás, construyéndose a través de interacciones diarias, la calidad de productos o servicios y la manera en que la institución maneja situaciones de crisis. Según Charles Fombrun -quien puede considerarse el principal impulsor del concepto de Reputación Corporativa (Santana-Villegas, y otros 2023) y por la notable influencia de su libro *Reputation: the Corporate Image*, publicado en 1996- cuando las instituciones realmente valoran su reputación, los líderes se esmeran en protegerla y fortalecerla. Un buen ejemplo de esto es el Municipio de Guayaquil, que en 2024 ha trabajado en reforzar su identidad institucional a través de proyectos de desarrollo urbano, seguridad e inclusión, con el objetivo de mantener la confianza de su comunidad (Alcaldía de Guayaquil 2024).

De manera similar, el GAD Parroquial de Ancón ha realizado esfuerzos para construir una identidad auténtica y coherente, siempre fiel a su historia y visión, lo que ha permitido

fortalecer la confianza de los habitantes. Su eslogan, "Recuperando nuestra historia", resalta a Ancón como una ciudad patrimonial, la única en la provincia de Santa Elena y refleja el compromiso con la preservación del patrimonio y la recuperación de bienes para el beneficio de la comunidad. Para consolidar todavía más esta imagen, sería útil mostrar ejemplos concretos de los bienes patrimoniales que se han recuperado, de modo que el discurso se conecte con acciones tangibles.

En cuanto a la línea gráfica actual del GAD, esta fue creada por un diseñador contratado al inicio de la gestión, con el fin de representar de manera sobria la identidad de Ancón. Aunque algunos elementos, como la referencia a la industria petrolera, podrían no alinearse completamente con el enfoque de "Recuperando nuestra historia", los colores y el diseño en general transmiten un respeto por el patrimonio histórico, apoyando así la imagen institucional y el legado que se desea dejar. En este sentido, se debe analizar cómo la comunicación interna puede complementar y reforzar esta identidad gráfica y los valores institucionales.

La comunicación interna, más allá de ser un simple intercambio de información, se convierte en el vínculo que conecta a cada miembro con la visión y misión de la organización, haciendo que todos se sientan parte de un propósito mayor. Además, el ambiente laboral debe ser armonioso, flexible y fundamentado en el consenso.

Es responsabilidad del encargado de recursos humanos o de la dirección de la institución crear este entorno, enfocándose en desarrollar y potenciar las habilidades de los empleados (Saldaña et al., 2023). A su vez, es necesario que se reconozca el esfuerzo de cada miembro del equipo y se fomente una comunicación interna efectiva que facilite el crecimiento conjunto. Este proceso busca no solo transmitir mensajes, sino también crear un entorno en el que cada empleado se sienta valorado, escuchado y alineado con los objetivos comunes. Al fomentar un flujo de comunicación claro y honesto, la organización puede construir una cultura de confianza y colaboración que mejore tanto el clima laboral como el desempeño individual y colectivo.

Existen diversas formas en las que esta comunicación fluye dentro de una institución. Por ejemplo, la comunicación descendente se refiere al flujo de mensajes que va desde la dirección hacia los empleados en niveles jerárquicos inferiores. El objetivo principal de la comunicación interna es crear una conexión empática entre los miembros de la organización y fomentar un ambiente laboral cohesionado, facilitando la colaboración y el enfrentamiento efectivo de los desafíos organizacionales (Yuliaty 2021). No obstante,

el verdadero impacto de esta comunicación se logra a través de la comunicación ascendente, que permite a los empleados expresar sus ideas, sugerencias y preocupaciones, promoviendo así un liderazgo cercano y abierto al diálogo. La comunicación ascendente hace referencia a los mensajes que provienen de los niveles más bajos hacia los superiores dentro de la jerarquía de la organización. En esta modalidad, existen diversos tipos de información, como: a) Dificultades y excepciones, que destacan situaciones fuera de lo común y buscan llamar la atención de la dirección; b) Sugerencias de mejora, que proponen cambios en los procedimientos para optimizar la calidad y eficiencia de las tareas; c) Informes de rendimiento, que ofrecen actualizaciones periódicas sobre el desempeño de individuos o equipos dentro de la organización (León 2023).

Por otro lado, la comunicación horizontal fortalece los lazos entre compañeros, promoviendo la colaboración entre equipos y departamentos en un ambiente de respeto y apoyo mutuo. Además de estas formas tradicionales de comunicación, en el entorno laboral actual han emergido canales diseñados para tratar problemas sensibles como el acoso laboral, el acoso sexual y la discriminación. Estos canales de denuncia interna, que suelen ser confidenciales, brindan a los empleados la oportunidad de reportar situaciones incómodas o abusivas sin temor a represalias, creando así un espacio seguro y ético dentro de la organización.

Esta evolución en la comunicación interna demuestra no solo el interés en la productividad, sino también en la protección del bienestar emocional y físico de los empleados, fortaleciendo la confianza y promoviendo una cultura organizacional más inclusiva y responsable (Eserp 2024). Al respecto, el presidente del GAD indicó:

En el GAD Parroquial de Ancón, tratamos de mantener esta filosofía comunicacional realizando reuniones semanales con los colaboradores. En nuestro equipo administrativo, somos solo cuatro personas, lo que facilita una comunicación cercana y directa para coordinar nuestras actividades. Esta estructura permite que cada miembro se sienta parte del proceso, contribuyendo activamente al desarrollo de estrategias que reflejan nuestras metas y valores compartidos (Samuel Rendón, comunicación personal, septiembre 2024).

La comunicación horizontal y transversal en el GAD Parroquial de Ancón se basa en un modelo directo y cara a cara, lo que favorece la interacción oral entre los miembros del

equipo. Este enfoque no solo crea un ambiente de trabajo más accesible y cercano, sino que también garantiza que todos tengan la oportunidad de expresar sus ideas y preocupaciones. Es importante señalar que gran parte de la interacción inicial proviene del presidente del GAD, quien juega un rol clave en la comunicación y la coordinación de las actividades. Sin embargo, se requieren acoplar otras herramientas y canales, según se explicará en el apartado de análisis de las entrevistas a actores clave.

El clima laboral dentro del GAD se percibe como positivo, gracias a la comunicación abierta y cercana que contribuye a un ambiente de respeto y apoyo mutuo. Los colaboradores se sienten cómodos para compartir sus pensamientos y trabajar de manera conjunta, lo que refuerza el sentido de pertenencia y colaboración dentro del equipo. Este ambiente favorable no solo tiene un impacto positivo en la productividad, sino que también favorece el bienestar emocional de los empleados, al crear un espacio donde se valoran sus aportes y se fomenta la cohesión grupal.

En otro punto, las relaciones públicas juegan un papel clave al extender esta cultura de conexión y colaboración más allá del equipo, llegando hasta la comunidad. Las relaciones públicas, en un Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), son el puente que conecta la institución con la vida diaria de las personas que habitan en la comunidad. Se puede imaginar que el GAD es un ciudadano: en lugar de encerrarse en su oficina, sale a las calles, escucha a la gente, participa en las festividades locales y responde con cercanía y comprensión a las preocupaciones y expectativas de la gente. Así mismo, Baquerizo et al. (2024) indican que el perfil profesional de relaciones públicas está evolucionando, demandando nuevas competencias que no solo permiten una comunicación eficaz, sino también reconfiguran su importancia en los nuevos escenarios profesionales. Hoy en día, las relaciones públicas requieren habilidades para empatizar, adaptarse y responder genuinamente a las necesidades de la sociedad, lo que refuerza la conexión entre el GAD y su entorno. Estas relaciones implican que el GAD no es solo una estructura gubernamental, sino un grupo de personas dispuestas a apoyar, escuchar y colaborar con los ciudadanos, fortaleciendo la confianza y el sentido de pertenencia en la comunidad. En este contexto, las plataformas digitales, como las redes sociales, juegan un papel clave al ofrecer herramientas potencialmente poderosas para fortalecer la relación del GAD con la comunidad. El Gobierno Parroquial San José de Ancón ha logrado un aumento significativo en la interacción con los ciudadanos a través de su página de Facebook, alcanzando casi 8,000 seguidores, lo que evidencia un impacto positivo en comparación

con la gestión anterior. Aunque la página ofrece información básica y promueve eventos locales, la frecuencia y profundidad del contenido podrían mejorarse para optimizar las relaciones públicas externas y aumentar la diversidad de temas tratados.

Las actualizaciones regulares, que incluyen campañas sobre salud visual y celebraciones culturales, reflejan el esfuerzo del GAD por mantener informada a la comunidad. Este enfoque integral en la comunicación busca involucrar a los ciudadanos en diferentes aspectos de la vida parroquial, lo que podría fomentar una mayor cohesión social y participación activa.

Para Flores (2021), es esencial fomentar la participación ciudadana y mantener un diálogo abierto, de manera que las decisiones sean bien informadas y reflejen las diversas perspectivas y necesidades de la comunidad. Durante la semana del 5 al 11 de septiembre, la página de Facebook del GAD actualizó varias publicaciones sobre eventos comunitarios, como el ANCÓN FEST 2024 y el evento gastronómico y artesanal Ancón Fest 2024, además de publicaciones de agradecimiento para la Prefectura y la Alcaldía por su apoyo en la limpieza y mantenimiento de espacios públicos.

A pesar de estos esfuerzos de comunicación, se detectó que la página no recibió calificaciones ni opiniones de los usuarios. Esta ausencia representa una oportunidad para mejorar la interacción e impulsar la participación ciudadana mediante encuestas, comentarios o reseñas.

Por lo tanto, es fundamental seguir trabajando en la creación de contenido más atractivo y variado, que no solo informe, sino que también fomente la interacción de los usuarios. Al adoptar un enfoque estratégico en la creación de contenido y actualizaciones frecuentes sobre proyectos, logros y respuestas a inquietudes ciudadanas, el GAD puede fortalecer aún más sus relaciones públicas y consolidar la confianza de la comunidad en sus acciones y objetivos.

Esto aumentaría la relevancia del contenido y mejoraría su visibilidad mediante optimización SEO. Además, la interacción con los seguidores debe ser más activa, respondiendo a comentarios y fomentando un diálogo bidireccional, lo que podría fortalecer el engagement y la participación comunitaria.

Desde un enfoque informativo, la página de Facebook del GAD es accesible, pues proporciona detalles de contacto como la dirección física, el número telefónico, el correo electrónico y un enlace directo a su sitio web oficial. Este nivel de transparencia es fundamental para generar confianza y facilitar el acceso a la institución, además de

permitir que la ciudadanía se comunique de manera efectiva.

Aunque la página web del GAD es esencial para la transparencia y la medición de la gestión, su falta de actualización constante limita su efectividad. Para que el GAD Parroquial de Ancón logre mantener una conexión más efectiva con la comunidad, es crucial que se implemente un sistema de actualización constante de información. Este sistema no solo garantizaría que los datos sean siempre precisos, sino que también optimizaría la experiencia del usuario en las plataformas digitales, mejorando la navegación y fomentando una mayor interacción con los ciudadanos.

El presidente del GAD ha reconocido que, debido a la falta de un equipo de comunicación especializado, tanto él como otros miembros del equipo, incluyendo los vocales y la secretaria, gestionan algunas publicaciones. Esto resalta la necesidad de contar con más recursos humanos para mejorar la eficiencia en la gestión de la comunicación, algo que es clave para mantener una imagen sólida y coherente frente a la comunidad. Además, la comunicación actual es reactiva y carece de una estrategia estructurada, lo que limita la planificación a mediano plazo.

A pesar de este enfoque, el GAD busca mejorar la conexión con la comunidad a través de reuniones mensuales con los presidentes barriales. Se espera, a futuro, fomentar una interacción más integral y bidireccional, combinando lo digital con encuentros cara a cara para fortalecer la participación ciudadana. Como mencionan Barre y Mendoza (2023), una gestión adecuada de la comunicación no solo mejora la interacción con la comunidad, sino que también asegura que todos los miembros de la organización estén alineados con los objetivos y valores estratégicos, fundamentales para el éxito institucional.

En el contexto organizacional actual, la innovación es una necesidad estratégica para las instituciones públicas si desean asegurar su crecimiento y fortalecer su posicionamiento en un entorno cada vez más competitivo. La comunicación juega un papel crucial en este proceso, sirviendo como un puente que conecta a la organización con su entorno en constante cambio. Una comunicación eficaz no solo transmite información, sino que también impulsa la innovación, facilitando la adaptación de la institución a nuevas circunstancias y la mejora continua de sus procesos (Bourreau y de Streel 2020).

Por ejemplo, para una mejor percepción del público, el diseño correcto de un flyer, video, imágenes y otros productos, debería tener un impacto positivo, de tal manera, que llame la atención de la ciudadanía e incentive a interactuar con la página y así lograr tener opiniones de la comunidad. De manera similar, Silva (2019) menciona que las

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son esenciales para conectar a las personas en los ámbitos político, cultural y social. A través de diversas tecnologías como imágenes, videos y audios se logra enriquecer los métodos de comunicación tradicionales, facilitando la difusión de información de manera más atractiva y directa. Esta tendencia ha transformado la forma en que las organizaciones, especialmente en el ámbito público, interactúan con sus comunidades.

El Gobierno Parroquial San José de Ancón ha reconocido la importancia de estas herramientas digitales para mejorar su gestión comunicacional. Al utilizar plataformas como WhatsApp, Facebook, Instagram y correos electrónicos han logrado establecer canales para difundir información relevante. Además, estos medios permiten fomentar la interactividad, ya que los ciudadanos pueden interactuar de manera inmediata, plantear preguntas, sugerencias o expresar preocupaciones, generando un flujo de comunicación constante que fortalece el vínculo entre la administración y la comunidad

Los grupos de WhatsApp, en particular, facilitan una comunicación en tiempo real, mientras que los videos cortos ayudan a mostrar las actividades de la parroquia de forma audiovisual. Para avanzar, es crucial que su estrategia de comunicación evolucione, incorporando prácticas innovadoras que fortalezcan la interacción y la presencia local de la institución.

Análisis y discusión de resultados de las entrevistas

Los resultados muestran que -aunque se ha avanzado en la comunicación externa, especialmente con el uso de redes sociales y medios tradicionales- aún existen desafíos, como la falta de canales claros para la comunicación interna. Además, se reconoce la oportunidad de mejorar la interacción con la comunidad mediante un enfoque más participativo, en lugar de mantener una comunicación que hereda parámetros difusionistas de la unidireccionalidad, incluso en ambientes digitales. Esta situación sugiere que el GAD debe adoptar un enfoque con retroalimentación para fortalecer las relaciones y generar una mayor confianza entre la institución y la ciudadanía.

A continuación, en la Tabla 1, están los resultados obtenidos en las entrevistas sobre las estrategias de comunicación en el GAD Parroquial de Ancón, que son resumidas en lo siguiente:

Tabla 1: ideas clave de entrevistas a funcionarios del GAD de Ancón

Pregunta	Respuesta del presidente del GAD de Ancón	Respuesta de la administradora
¿Cuál considera que es la estrategia de comunicación más efectiva dentro del GAD?	La comunicación unidireccional a través de medios tradicionales, como boletines y reuniones con líderes comunitarios, ha sido efectiva hasta ahora.	Coincide, pero también destaca la importancia de utilizar las redes sociales para llegar a un público más amplio, especialmente los jóvenes.
¿Cómo percibe la relación entre la comunicación interna y el rendimiento del equipo?	La falta de canales de comunicación interna claros ha afectado el rendimiento, especialmente en la ejecución de proyectos colaborativos.	Considera que una mayor claridad en los canales internos mejoraría la eficiencia y reduciría malentendidos entre departamentos.
¿Qué barreras enfrenta el GAD en la comunicación con la comunidad?	La comunidad a veces no tiene acceso a los medios tradicionales que usamos, lo que limita la efectividad de nuestros mensajes.	Agrega que, además de la falta de acceso, la respuesta de la comunidad no siempre es inmediata, lo que dificulta medir el impacto de las campañas.
¿Cuál es el enfoque del GAD para la comunicación durante una crisis?	En situaciones de crisis, usamos una estrategia improvisada. No tenemos un protocolo claro, pero tratamos de comunicar de forma rápida y eficaz.	Coincide, pero sugiere que sería ideal crear un plan formalizado de comunicación para crisis futuras, para asegurar respuestas más coordinadas.

Fuente: elaboración propia

El análisis de las respuestas obtenidas en las entrevistas muestra que el GAD Parroquial de Ancón tiene áreas clave de mejora en su estrategia de comunicación. Aunque las tácticas tradicionales han sido efectivas en algunos aspectos, la institución necesita adaptarse a las nuevas exigencias sociales y tecnológicas, especialmente en plataformas

digitales, que permitan una mayor interacción y alcance. Además, la comunicación interna debe ser optimizada para mejorar la eficiencia de los equipos y evitar malentendidos. La falta de acceso de la comunidad a ciertos medios y la ausencia de un protocolo de comunicación ante crisis reflejan la necesidad de revisar y fortalecer las estrategias actuales para mejorar la efectividad general de la comunicación institucional. Por otro lado, el análisis de la comunicación interna revela una clara carencia de canales eficientes entre los departamentos del GAD, lo que afecta la ejecución de proyectos colaborativos. Ambos entrevistados coincidieron en que una mejora en la comunicación interna, especialmente mediante el uso de herramientas digitales, podría optimizar la eficiencia y reducir los malentendidos entre los distintos equipos.

Además, se observó que la estrategia de comunicación durante las crisis es improvisada, lo que sugiere la necesidad de establecer un protocolo formalizado que permita respuestas más coordinadas y eficaces en situaciones de emergencia.

La Tabla 2 muestra las observaciones realizadas sobre los enfoques y limitaciones de la comunicación en el GAD Parroquial de Ancón.

Tabla 2: limitaciones de la comunicación del GAD de Ancón

Pregunta	Respuesta del presidente	Respuesta de la administradora
Comunicación externa	Las reuniones con líderes comunitarios son importantes, pero limitadas a ciertos sectores de la población.	Es necesario integrar plataformas digitales para atraer a una audiencia más diversa, especialmente los jóvenes.
Comunicación interna	No existe un flujo constante de información entre los diferentes departamentos del GAD.	Una herramienta digital interna, como un grupo de trabajo en línea, podría mejorar la colaboración y el flujo de información.
Impacto de la comunicación	La comunidad está respondiendo positivamente a las estrategias actuales,	Aunque la respuesta es positiva, los resultados podrían ser más evidentes si tuviéramos una

	aunque hay margen de mejora.	estrategia de comunicación más estructurada
Uso de las tecnologías	Aún no hemos implementado tecnologías digitales de manera efectiva debido a limitaciones presupuestarias.	Las plataformas digitales podrían ayudar a agilizar la comunicación y crear una mayor conexión con los ciudadanos, especialmente en tiempos de crisis.

Fuente: elaboración propia

El análisis de las respuestas y observaciones indica que el GAD Parroquial de Ancón enfrenta varios desafíos en su comunicación, tanto externa como interna. Si bien hay reconocimiento de los esfuerzos actuales, también se observa una necesidad de modernización y estructuración de las estrategias comunicacionales. La integración de plataformas digitales, la mejora de la comunicación interna y la creación de una estrategia de comunicación más estructurada son áreas claves de mejora para maximizar la efectividad de las acciones del GAD y fortalecer su relación con la comunidad. Además, la adopción de tecnologías podría ser una herramienta clave para facilitar estos procesos, especialmente en tiempos de crisis.

Conclusiones

El análisis de las estrategias comunicacionales del GAD Parroquial de Ancón muestra que tanto la comunicación interna como externa son pilares fundamentales para el éxito de su gestión. Sin embargo, en el caso de la comunicación interna, no existe un flujo constante en información entre los diferentes departamentos con otros GAD, de la misma manera existe una falta de canales comunicacionales que permitan el buen rendimiento del GAD. No obstante, se destaca que los empleados del GAD han mostrado disposición para participar activamente en las decisiones cuando se presenta la oportunidad, lo que resalta un punto positivo que puede ser potenciado. Por lo tanto, resulta relevante fortalecer los canales de comunicación para resolver estos problemas, con la finalidad de permitir una mayor participación de los empleados en la toma de decisiones, lo que contribuiría a la mejora continua del entorno laboral.

Por otro lado, en cuanto a la comunicación externa, el GAD ha logrado avances

importantes en su presencia digital, especialmente con su página de Facebook. A pesar de estos avances, aún hay áreas de mejora, como la necesidad de actualizar regularmente los contenidos y fomentar una mayor participación ciudadana. También se puede optimizar la estrategia de relaciones públicas para consolidar la confianza de la comunidad. La página web del GAD, por ejemplo, presenta oportunidades claras de mejora, particularmente en lo que respecta a la actualización de la información y la accesibilidad, elementos fundamentales para mejorar la transparencia y fortalecer la percepción de eficiencia de la institución.

Un aspecto importante es la falta de un equipo de comunicación formal, lo que representa un desafío, ya que la gestión actual de la comunicación se lleva a cabo de manera empírica y sin una estructura planificada. El GAD podría beneficiarse de la implementación de una estrategia de comunicación más estructurada, que no solo impulse la interacción digital, sino que también fomente una participación activa de los ciudadanos a través de canales tanto digitales como presenciales.

Finalmente, la innovación en la comunicación institucional es esencial para el crecimiento y la visibilidad del GAD Parroquial de Ancón. En el futuro, se puede contemplar una mayor integración de herramientas tecnológicas y una planificación estratégica de las comunicaciones, lo que fortalecería los procesos bidireccionales con la comunidad. Este enfoque no solo mejoraría la efectividad de las relaciones públicas, sino que también contribuiría a un gobierno local más inclusivo, que responda mejor a las necesidades y expectativas de los ciudadanos.

Bibliografía

Alcaldía de Guayaquil. 2024. «Municipalidad de Guayaquil.» *Ciudad de todos*.

<https://www.guayaquil.gob.ec/>.

Baquerizo, Gabriela, Adrian Cordero, Ruth Fernández, Alejandro Álvarez, y Osorio Cisternas. 2024. «Interfaz de formación profesional de relaciones públicas. Estudio comparativo.» *Cuadernos. info* 115-137.

<https://ojs.uc.cl/index.php/cdi/article/view/69401/61546>.

Barre, Victor, y Pamela Mendoza. 2023. «Canales de Comunicación Organizacional Interna en el Distrito de Educación 13D12 Tosagua-Rocafuerte 2021-2022.»

Calceta.

https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/2055/1/TIC_AP69D.pdf.

Bourreau, Marc, y Alexandre de Stree. 2020. «Big tech acquisitions: competition & innovation effects and EU merger.» *Centre on Regulation in Europe (CERRE)* 1-24. <https://cerre.eu/publications/big-tech-acquisitions-competition-and-innovation-effects-eu-merger-control/>.

Castro-Martínez, Andrea, y Pablo Díaz-Morilla. 2020. «Comunicación interna en la gestión pública.» 29 (3): 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.24>.

Corona Lisboa, José. 2016. «Apuntes sobre métodos de investigación.» *Medisur* 14 (1): 81-83. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2016000100016&lng=es&nrm=iso.

De la Cuesta Benjumea, Carmen. 2015. «The Quality of Qualitative Research: from evaluation to attainment.» *Scielo* 24 (3): 883-890. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/0104-070720150001150015>.

Ecuador, Gobierno Autónomo. 2022. *Estrategia para promover un entorno de innovación*. Quito. <https://www.gob.ec/gaddmq>.

Eserp. 2024. *Laboral y recursos humanos*. <https://es.eserp.com/articulos/comunicacion-horizontal-vertical-empresa/>.

Flores. 2021. *Democracia y participación ciudadana*. Los Lagos.

GAD PICHINCHA. 2024. «Prefectura de pichincha.» *Mercado de industrias tropicales* 8. <https://www.quito.gob.ec/>.

Hernández-Sampieri, R, y C Mendoza. 2018. *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Vol. 24. Ciudad de México: Mc Graw Hill Education. doi:<https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>.

León, Lauro. 2023. «Comunicación interna y desempeño laboral en personal de salud del servicio de emergencia del Hospital Jorge Voto Bernales Corpancho, 2023.» *Responsabilidad social* 9. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/133962/Leon_YL_A-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

- Lévi, Pierre. 2004. *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- Saldaña, Eduardo, Richard Horna, y David Troya. 2023. «Comunicación interna y su relación en el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el nororiente peruano.» *Economía y negocios* 5 (1): 13. doi: <https://doi.org/10.33326/27086062.2023.1.1542>.
- Sandoval Casilimas, Carlos. 2020. *Investigación Cualitativa*. Bogotá: ARFO Editores e Impresores Ltda.
- Santana-Villegas, José, Pedro Linares, Juan González-Valléz, y Mónica Viñarás. 2023. «Los MBA en México y su aporte a la formación en reputación formativa.» (83): 423-445. doi:<https://doi.org/10.4185/rlds-2023-1923>.
- Silva. 2019. *Tecnologías de información y comunicación*. Costa Rica.
- Stojanović, Edit, M Vlahović, Milan Nikolić, Siniša Mitić, y Zoran Jovanović. 2020. «La cultura organizacional y efecto en el desempeño laboral.» *Journal of Business Economics and Management* 21 (6): 1628-1645. doi:<https://doi.org/10.3846/jbem.2020.13377>.
- Yuliaty, Farida. 2021. «The Importance of Organizational Communication in Improving Employee Performance: A Case Study of the Regional Revenue Management Agency of the City of Bandung.» *Responsabilidad social* 361-370. <https://doi.org/10.54783/ijso.v3i1.303>.

Anexos

Anexo 1: Ficha de análisis de página Web

URL	https://gadpancon.gob.ec
Propósito	Informar sobre la gestión, proyectos, servicios y actividades del GAD.
Contenido destacado	Historia de la parroquia, misión, visión, servicios en línea, rendición de cuentas
Fortalezas	Transparencia institucional y participación ciudadana.
Oportunidades	Mejorar diseño gráfico, navegabilidad y presencia multimedia para mayor interacción.
Público objetivo	Comunidad local y participación

Anexo 2: Ficha de análisis de la página de Facebook

Periodo observado	5 al 11 de septiembre de 2024.
Publicaciones destacadas	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del <i>Ancón Fest 2024</i> (evento gastronómico y artesanal). • Agradecimientos a la Prefectura y Alcaldía por apoyo en limpieza y mantenimiento.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Contenido enfocado en eventos comunitarios. • Reconocimiento de colaboraciones interinstitucionales.

Oportunidades de mejora	<ul style="list-style-type: none">• Incrementar la interacción ciudadana mediante encuestas, comentarios o reseñas.• Fomentar la retroalimentación para medir el alcance e impacto de las publicaciones.
-------------------------	---