



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

**TITULO DEL ENSAYO**

**ESTRATEGIAS COMUNICACIONAL COMO HERRAMIENTA DE  
DIFUSION PARA EL GAD PARROQUIAL DE JOSE LUIS TAMAYO**

**AUTOR**

**Lcda. Rosales Guale Lizcet Rosario**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
GRADO ACADÉMICO EN MAGISTER COMUNICACIÓN**

**TUTOR**

**Lcdo. David Xavier Echeverria Maggi. Mgr.**

**Santa Elena, Ecuador**

**Año 2022**



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

**TRIBUNAL DE GRADO**

**Lic. Paola Cortez Clavijo, MSc.  
COORDINADORA DEL  
PROGRAMA**

**Lcdo. David Xavier Echeverría. Mgt.  
TUTOR**

**Lic. Gonzalo Vera Vera, Msc.  
ESPECIALISTA**



Firmado electrónicamente por:  
DANILO EDUARDO  
VILLARROEL  
SILVA

**Lic. Danilo Villarroel Silva, Msc.  
ESPECIALISTA**

**Abg. Coronel Ortiz Víctor, MSc.  
SECRETARIO GENERAL  
UPSE**



**UPSE**

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

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Lizcet Rosario Rosales Guale**, como requerimiento para la obtención del título de Magister en Comunicación.

**TUTOR**

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "David Xavier Echeverria Maggi".

---

**Lcdo. David Xavier Echeverria Maggi. Mgtr.**

**12 días del mes de julio de año 2022**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO  
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Rosales Guale Lizcet Rosario**

**DECLARO QUE:**

El trabajo de Titulación, Estrategias Comunicacional como herramienta de difusión para el GAD Parroquial de José Luis Tamayo, previo a la obtención del título en Magister 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 12 días del mes de julio de año 2022

**EL AUTOR**

A handwritten signature in blue ink, reading "Lizcet Rosales G.", is written over a horizontal line.

**Lizcet Rosario Lizcet Rosario**



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

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Rosales Guale Lizcet Rosario**

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Estrategias Comunicacionales como herramienta de difusión para el GAD Parroquial de José Luis Tamayo cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Santa Elena, a los 12 días del mes de julio de año 2022

**EL AUTOR**

A handwritten signature in blue ink that reads "Lizcet Rosales G." The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

**Lizcet Rosario Rosales Guale**



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

**Certificación de Anti plagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado (Estrategias Comunicacional como herramienta de difusión para el GAD Parroquial de José Luis Tamayo), presentado por el estudiante, Rosales Guale Lizcet Rosario fue enviado al Sistema Anti plagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 4%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

**Document Information**

---

<b>Analyzed document</b>	lizPROYECTO DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL LIZCET CORREGIDO (1) (1)ACTUAL.docx (D141964412)
<b>Submitted</b>	7/12/2022 1:19:00 AM
<b>Submitted by</b>	
<b>Submitter email</b>	decheverria@upse.edu.ec
<b>Similarity</b>	4%
<b>Analysis address</b>	decheverria.upse@analysis.urkund.com

**TUTOR**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "David Xavier Echeverria Maggi".

---

**Lcdo. David Xavier Echeverria Maggi. Mgtr.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por darme la vida y llenarme muchas bendiciones, por darme fortaleza, guiarme el camino correcto y culminar otra meta.

A mis padres por ser ejemplo de lucha y dedicación, por apoyarme todos los días de mi vida y seguir con mis sueños propuestos.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena y a sus autoridades, por permitir concluir esta nueva etapa de mi vida, muchas gracias a todos los docentes que impartieron sus conocimientos, por la orientación y guiarme en el desarrollo en el desarrollo de esta titulación de cuarto nivel.

*Lizcet Rosario Rosales Guale.*

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va para Dios por darme la fortaleza, sobre todo fe. A mis padres por motivarme a seguir con mis estudios y no dejarme vencer de cualquier adversidad, demostrándome que puedo contar con ellos a todo momento y así lograr mis objetivos, son el pilar fundamental en todo lo que propongo, en este trayecto de mi vida, por darme ese amor incondicional para seguir cumpliendo mis metas.

*Lizcet Rosario Rosales Guale*

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

<b>TITULO DEL ENSAYO .....</b>	<b>I</b>
<b>CERTIFICACIÓN.....</b>	<b>III</b>
<b>DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....</b>	<b>IV</b>
<b>AUTORIZACIÓN .....</b>	<b>V</b>
<b>Certificación de Anti plagio .....</b>	<b>VI</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>VII</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>VIII</b>
<b>ÍNDICE GENERAL .....</b>	<b>IX</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>XI</b>
<b>Índice de Tablas .....</b>	<b>XI</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>XIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>DESARROLLO .....</b>	<b>3</b>
<b>Estado del arte.....</b>	<b>3</b>
<b>Herramientas de difusión.....</b>	<b>12</b>
<b>Aspectos Metodológicos.....</b>	<b>12</b>
<b>Tipo de investigación .....</b>	<b>12</b>
<b>Diseño de investigación.....</b>	<b>12</b>
<b>Población y muestra.....</b>	<b>13</b>
<b>Procedimiento.....</b>	<b>13</b>
<b>Métodos.....</b>	<b>14</b>

<b>Técnicas.....</b>	<b>14</b>
<b>Instrumentos.....</b>	<b>14</b>
<b>Discusión de resultado .....</b>	<b>15</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>18</b>

## **Anexos**

### **Índice de Tablas**

Anexo 1 <b>Árbol del problema</b> .....	22
Anexo 2 <b>Matriz de operacionalización de variables</b> .....	23
Anexo 3 Memoria Fotográfica .....	24

## **Resumen**

En el presente trabajo de investigación. “Estrategias comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo”, tiene como objeto: analizar las estrategias comunicacionales como herramientas de difusión para el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo, adquiriendo vínculos con los conciudadanos, se utiliza la metodología cualitativa, usando una investigación básica-descriptiva y el diseño de investigación documental, se estudia como población a cuatro funcionarios de la institución parroquial. Se emplea como instrumento la entrevista, permitiendo determinar la resolución del problema comunicacional entre el GAD Parroquial y los usuarios de la comunidad, el mismo que posee pocos métodos comunicacionales; se considera necesario que la institución debe fortalecer sus estrategias para mejorar la comunicación con el público interno y externo. En conclusión, se evidencia la falta de un departamento de comunicación que permita resolver las diversas necesidades comunicativas entre el GAD Parroquial de José Luis Tamayo y los ciudadanos.

**Palabras claves:** Estrategias comunicacionales, herramientas de difusión, públicos externos e internos del GAD Parroquial de José Luis Tamayo

## **Abstract**

In the present research work. "Communicational strategies of the Decentralized Autonomous Government of the José Luis Tamayo Parish", has as its objective: to analyze the communication strategies as dissemination tools for the Decentralized Autonomous Government of the José Luis Tamayo Parish, links are acquired with fellow citizens, the methodology is used qualitative, using a basic-descriptive research and documentary research design, four officials of the parish institution are studied as a population. The interview was used as an instrument, allowing to determine the resolution of the communication problem between the Parish GAD and the users of the community, the same one that has few communication methods; It is considered necessary that the institution should strengthen its strategies to improve communication with the internal and external public. In conclusion, the lack of a communication department that allows solving the various communication needs between the Parish GAD of José Luis Tamayo and the citizens is evident.

**Keywords:** Communication strategies, dissemination tools, external and internal audiences of the Parish GAD of José Luis Tamayo

## INTRODUCCIÓN

La estrategia de comunicación es una herramienta básica que sirve para definir, ayudar y elaborar mensajes de manera positiva y efectiva, pues, a través de los diferentes canales de comunicación se logra una mejor difusión de las actividades que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo y de esta manera implantar metas claras frente al análisis de la indagación del problema comunicacional.

El presente trabajo se justifica por la necesidad de identificar la situación actual del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo y comprobar si posee estrategias comunicacionales para mantener informado a la comunidad en general de las acciones emprendidas por esta entidad pública. El propósito de la investigación es identificar los formatos comunicacionales que utiliza el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial, para encaminar las actividades, tomando en cuenta los beneficios que obtiene el público interno y externo para el proceso y desarrollo de actividades según su competencia. Al mejorar la calidad de la difusión, los ciudadanos conocen las acciones y a través de estas beneficiarse al conocerlas.

El fundamento básico para la institución es la comunicación externa, sea pública o privada, pues si esta no existe, los ciudadanos de la localidad desconocerán lo que se realiza en el contexto social, cultural, económico y político.

El objetivo general del ensayo científico es analizar las estrategias comunicacionales interna y externa, mediante las herramientas de difusión para mejorar la comunicación del GAD Parroquial de José Luis Tamayo con sus conciudadanos.

Mediante la investigación se identifica los tipos de estrategias comunicacionales del GAD Parroquial de José Luis Tamayo y se analiza el flujo de comunicación interna y externa que utiliza la institución, también se define los canales de comunicación entre el GAD Parroquial de José Luis Tamayo y la ciudadanía.

Además, se analiza la comunicación interna de los dirigentes departamentales y autoridades que conforman el GAD Parroquial de José Luis Tamayo, esto facilita el reconocimiento de las diversas falencias que existen en la institución. Si no se mantiene una correcta y precisa comunicación interna, no se desarrollará una comunicación externa adecuada, puesto que los principales entes en conocer la información que realiza la

institución es el grupo humano que labora en ella, para que estos sean los portavoces de lo que realiza la administración parroquial. Cabe recalcar que la comunicación interna de ser una simple labor administrativa se convierte en el proceso como una herramienta básica y primordial para las instituciones ayudando a forjar nuevas estrategias y funcionamientos en la comunicación organizacional.

Así la comunicación organizacional se basa en la línea de investigación como componente principal, es pertinente porque en la actualidad se requiere mejorar la comunicación y llegar a las personas de manera fácil, oportuna y efectiva, dando a conocer la información real. Por lo tanto, este ensayo se establece en las investigaciones teóricas y científicas, así como la utilización de instrumentos de recolección de datos, estos ayudan a fortalecer los conceptos de las variables de estudios.

Dentro de este ensayo se utiliza la metodología documental bibliográfica para conocer las opiniones de los ciudadanos, el cual se basa en las técnicas de entrevista como análisis de instrumento que nos permite realizar el respectivo análisis y síntesis del uso de las herramientas comunicacionales del GAD Parroquial de José Luis Tamayo.

El ensayo científico está distribuido en tres capítulos que se describen de la siguiente manera:

El primer capítulo, se conoce la manera de como establecer el objeto de la investigación, planteando un alcance, manifestando a la vez la definición de la idea a defender en la línea de investigación, aplicando la metodología y estructura del ensayo científico. El segundo capítulo es el desarrollo donde consiste en la conceptualización de las teorías representando como el estado del arte con los aspectos metodológicos, análisis y discusión de resultados. El tercer capítulo consiste con la conclusión e interpretación de resultados, donde se referencia las citas del cual se obtuvo la información y se evidencia con anexos.

## **DESARROLLO**

### **Estado del arte**

Omar Yuipa Huamán en el año 2020 en el Informe final del trabajo de tesis para optar el título de Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación Social de la Nacional Hermilio Valdizán de la Facultad De Ciencias Sociales en la Escuela Profesional De Ciencias De La Comunicación Social, presenta el tema “Las Estrategias Comunicacionales En Las Relaciones Comunitarias Del Distrito De Quisqui, Huánuco - 2019”, mediante su investigación: Los medios de comunicación han sido un arma fundamental que el estado ha utilizado a su favor en los conflictos sociales, es decir, “la comunicación puede ser un instrumento de poder, un arma revolucionaria, un instrumento comercial, o un medio de educación; puede servir para la liberación o la opresión, para el crecimiento de la personalidad individual de los seres humanos. Donde se realizó un análisis de la efectividad de los recursos comunicacionales utilizados como parte de estrategias específicas, debido a que estos influyen y aportan en las percepciones de los pobladores afectados positiva o negativa.

Ruth Elena Páez Mateus en el año 2019 en el Informe final del trabajo de titulación para obtener el título de Maestría en Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador Área de Comunicación Estratégica mediante su investigación: Plan estratégico de comunicación para posicionar la imagen del Ministerio de Defensa Nacional ante la opinión pública considera que A la comunicación social e institucional no es posible entenderla fuera del marco contextual de una sociedad y una cultura determinadas. Esto se evidencia mucho más en instituciones que tienen a su cargo tanto la educación, la salud o, como en este caso, la defensa nacional y la seguridad del Estado. Ya que esta actividad se considera como uno de los pilares para el progreso de la comunidad, es imprescindible dotar a la organización a cargo de este trabajo de un plan estratégico de comunicación con el que se posicione su imagen institucional tanto a mediano como largo plazos. Por ello, a través de este trabajo de investigación de posgrado se presenta una propuesta para que la Dirección de Comunicación Social del Ministerio de Defensa Nacional dirija sus esfuerzos para generar un relato de la organización, que logre ser comprendido y hasta apoyado por la sociedad. Sin embargo, esta tarea no se realizará de manera unilateral, pues se espera contar con la colaboración del Sistema de

Comunicación Social de las Fuerzas Armadas, ente con el que se deben articular acciones para que logre posicionar la imagen institucional ante la opinión pública tanto interna como externa, nacional e internacional. La propuesta que se presenta en esta tesis tiene un horizonte temporal aplicable entre el 2020 y el 2025, dado que la comunicación juega un papel importante para difundir las actividades que se realiza el Ministerio de Defensa para beneficio del país.

De inmediato se describirán textos internacionales, nacionales y locales de diferentes autores mostrando varios estudios realizados en diferentes contextos sobre las estrategias comunicacionales.

(Tiban & Flores, 2017) menciona que:

En su trabajo que lo primordial dentro de una institución pública es contar con un plan de comunicación, que a su vez se pueda emplear como estrategias básicas tanto gubernamentales como no gubernamentales que posibiliten adaptar una eficiente comunicación entre las autoridades.

Entonces podría manifestarse que en la actualidad las estrategias de comunicación son herramientas indispensables que ayudan a una institución, entidad, organización o empresa, sean públicas o privadas lograr, definir, proponer y elaborar mensajes de manera efectiva y eficaz para la comunidad, utilizando diferentes canales físicos para todo tipo de destinatarios.

(Ríos & Paéz, Estrategias de comunicación, 2020) considera que:

Una estrategia de comunicación permite obtener metas claras frente al análisis de los problemas comunicacionales que se presentan en el diario vivir de una institución gubernamental.

(Mirabal y otros, 2017) menciona que:

Las publicaciones es un importante canal de comunicación, mediante la utilización de las estrategias de la dirección inteligente, como también desde una perspectiva amplia y global, de las acciones encaminadas a resolver los conflictos presentados en un determinado aspecto de la actividad humana.

Las estrategias de comunicación se pueden crear por la afinidad de un inconveniente latente en la parroquia o institución determinada, se aclara que las

estrategias metodológicas de comunicación se proyectan desarrollándose para dar respuestas a las necesidades comunicacionales, interacción, imagen, participación ciudadana, posicionamiento entre otras.

(Tiban & Flores, 2017) considera que:

En su investigación manifiesta que las estrategias comunicacionales son fundamentales para el posicionamiento de una entidad, en este caso de un GAD Parroquial, porque estas permiten estandarizar la identidad de una empresa ya sea pública o privada puesto que es la carta de presentación a la comunidad.

(Suárez & Chandi, 2017) manifiesta que:

En su investigación manifiesta que la comunicación interna desistió de ser un simple trabajo administrativo y se convirtió en la actualidad como un instrumento interno de ser una simple ocupación y se convirtió actualmente como una herramienta significativa para los establecimientos sean estos gubernamentales y no gubernamentales, esta ayuda a las habilidades y labores en la comunicación organizacional.

Para hablar de estrategias en el contexto de instituciones públicas, es indispensable tener en cuenta que la comunicación interna y externa están dentro de las áreas departamentales y la segunda es aquella información que va a recibir la comunidad ya que por lo tanto son ellos la meta.

(Borbor, 2022) menciona que:

La estrategia de comunicación es el conjunto de acciones comunicativas que se realizan para lograr los objetivos planteados en cualquier situación de una institución, por lo consiguiente las estrategias comunicacionales se usan como instrumentos indispensables para poder informar diferentes temas a los ciudadanos, logrando diseñar mediante la identificación de un problema latente en la comunidad u organización para poder conocer los últimos acontecimientos

## **Teorización de la investigación**

### **Estrategias comunicacionales como herramienta de difusión**

Las estrategias de comunicación son instrumento que ayuda a la entidad en cómo definir, elaborar sus mensajes de manera activa, a través de cualquier canal.

(Gómez, 2017) nos indica que:

La estrategia comunicacional a través de las diversas investigaciones se determina como una herramienta de difusión en el desarrollo de la sociedad, que proporciona noticias e informaciones a la ciudadanía en general, sobre asuntos importantes.

(Escala, 2017) manifiesta que:

La estrategia es una pieza clave en todo el proceso estratégico: involucra una tendencia hacia el trabajo que culmina en una gestión pública o privada.

### **Público interno y externo**

Para que una estrategia de comunicación sea efectiva, debemos ser consecuentes de que la comunicación interna y externa debe ser prioridad en las instituciones o empresas y de esa manera mejorar su interacción con la comunidad.

(Herrera, 2018) afirma que:

Constituye a todos los miembros internos de la entidad, todos aquellos que componen el organismo de la empresa sean estos: empleados, accionistas, directivos, funcionarios; y el principal objetivo de ellos es la integridad de los directivos de una organización, desde el más elevado cargo hasta los empleados de menor nivel, también se debe generar un sentido de pertenencia hacia la sistematización, elevando un grado de satisfacción en cada uno de los recursos humano, creando una cultura compartida.

(Avendaño, 2018) indica que:

Las particularidades de los servidores públicos son primordiales porque recaen en ellos los efectos positivos o negativos de las actividades de la empresa; quienes son claves por su capacidad de ser capaz de sobrellevar los efectos empresariales en el cual se debe organizar un elemento central en el entorno competitivo.

(Borbor, 2022) La comunicación interna es la comunicación dirigida al trabajador que nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías mediante la motivación a su equipo humano y retener a los mejores trabajadores donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidar que las empresas son lo que son por su equipo humano.

### **Públicos externos**

(Herrera, 2018) expresa que los públicos externos son:

Todas aquellas personas que interactúan con la organización, pero no pertenecen a ella, tales como: proveedores, prensa, clientes, comunidad, gobierno, etc., también aquellos que proveen de materia prima para producir. Los proveedores que abastecen los servicios básicos, siendo el proveedor indispensable en el ámbito informativo porque conoce bien el mercado y puede dotar de todo sus conocimientos y experiencias.

### **Proceso de comunicación.**

(Morales, 2016) manifiesta que:

La comunicación se desenvuelve a través de actividades que permiten transmitir información a la sociedad en general, por ello se indica que “el proceso de comunicación es un conjunto de acciones que se ponen en prácticas para participar, de manera eficaz y eficiente”.

(Delgado, 2016) indica que:

Las características del proceso de comunicación son fundamentales para la vida en la sociedad, puesto que permite que las personas se expresen y compartan información entre sí, estableciendo grandes relaciones, logrando acuerdos y sean capaces de organizarse.

### **Tipos de comunicación.**

Los tipos de comunicación son aquellas formas que tenemos al transmitir un mensaje o información, es primordial en las personas para expresar mensaje y descifrarlos con el objetivo de conocer información.

(Torres, 2017) considera que:

Los canales de comunicación pueden agruparse en dos grandes categorías: la verbal que se refiere a las palabras que la mayoría de las veces usamos y a las inflexiones de nuestro tono de voz, puede ejecutarse de dos formas: oral que son signos orales y palabras habladas y escritas: por medio de la escritura grafica de signos.

### **Comunicación formal e informal**

En la gestión de las entidades se aplican diversos modos comunicación que pueden clasificarse en base al reconocimiento de su contexto, a estas formas de comunicarse se las determinan como comunicaciones formales o informales.

(Riel, 2018) manifiesta que:

La comunicación formal e informal tiene distintas modalidades que permanecen en el interior de la organización, la comunicación determina el conjunto de acciones ejecutadas por la entidad para el mantenimiento y generación de buenas prácticas de relaciones entre sus integrantes por medio del empleo de diferentes medios y canales de comunicación destinados a cubrir la información, motivados con el objeto de contribuir con su labor al cumplimiento de cada uno de los objetivos de la institución.

### **Comunicación descendente y ascendente**

La comunicación ascendente parte de los actores subordinados principales y llega a los empleados superiores en la jerarquía de las instituciones. Por lo contrario, la comunicación descendente parte de los mandos superiores a rangos inferiores.

(Robbins & Judge, 2019) manifiestan que:

La comunicación ascendente circula hacia un nivel superior en el grupo que trabaja para proporcionar la retroalimentación a los espacios superiores sobre el perfeccionamiento en la obtención de las metas y problemas actuales, cuyo propósito es garantizar una correcta comprensión de los objetivos principales de la organización.

## **Tipos de comunicación**

(Pieró, 2019) considera que:

La comunicación lateral parte entre los integrantes de un mismo equipo de trabajo y participantes del mismo nivel que son semejantes, este tipo de comunicación es adecuada y necesaria para fortalecer una buena relación y unión entre los beneficiarios; y que las actividades se desarrollen en el interior del sistema de la entidad.

(Jaén, 2019) manifiesta que:

La comunicación lateral tiene herramientas que pueden emplearse para paliar estos problemas; pueden ser los círculos de calidad, que son pequeños grupos de trabajadores que se reúnen voluntaria y periódicamente para exponer sus sugerencias y que puedan mejorar la eficacia de la organización.

(Cajal, 2019) indica que

La comunicación horizontal permite que la toma de decisiones sea más efectiva, donde los trabajadores aportan la confianza en los procesos realizados. Esta forma de tener contacto entre todas las personas que conforman la institución es capaz de lograr una mejor coordinación de tareas y resolver conflictos propios de la convivencia laboral.

(Pieró, 2019) Algunas herramientas que podemos usar son las visitas a departamentos de las personas que forman la empresa y el ingreso de nuevos trabajadores, para conseguir una visión completa de la organización, facilitando su integración en la misma.

## **Estrategia de comunicación.**

(Saavedra, 2018) expresa que:

La destreza de la comunicación es planear y sistematizar una integración con cada uno de integrantes de la comunicación, sellando las tácticas y acciones para conseguirlos, dependiendo de los indicadores para verificar su desempeño en los diferentes plazos de ejecución.

## Plan estratégico comunicacional

(Ríos & Paéz, 2020) consideran que:

Las estrategias en el campo laboral son primordiales ya que se considera la comunicación empresarial un conjunto de decisiones conformadas en distintas acciones y funciones como: publicidad, folletos, relaciones con los medios.

(Acuña, 2017) expresa que:

Las empresas en la actualidad trabajan estableciendo estrategias innovadoras que fortalezcan cada interacción interna o externa en la institución, promoviendo el crecimiento y perfeccionamiento de la empresa, así como el estudio y beneficio de los diferentes canales de comunicación, considerando el clima, cultura organizacional, publicidad y mercadeo, el análisis del corazón ideológico, entre otros. “

El plan estratégico de comunicación se basa en la comunicación de los integrantes de las entidades mediante las aplicaciones de las estrategias comunicacionales innovadoras, simboliza lo que realiza en cada momento llegando a diferenciarse éticamente de la competencia, la calidad, los hábitos de consumo y comportamientos de los usuarios que la componen tanto trabajadores como personas de la comunidad.

(Borbor, 2022) da a conocer que:

Las estrategias comunicacionales tienen como propósito fortalecer a las instituciones y designar actividades a los equipos de trabajos, cuyo propósito es encontrar una solución a un problema.

(Borbor, 2022) considera que:

Dentro de las estrategias de la comunicación se encuentran varias tipologías que se usan en las entidades para realizar algún cambio o fortalecer la comunicación, para ello, considerando las siguientes:

**Estrategias participativas:** Son recursos utilizados en los procesos informativos, basados en una alternativa dinámica y efectiva. La misma que se

emplea en los ámbitos educativos, en el que cada individuo participa y adquiere conocimiento que permita ayudar en la transformación social.

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

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

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

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

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

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

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

### **Difusión de comunicación.**

La transmisión de comunicación es la labor y efecto de propagar mensajes informativos.

Para García (2020) expresa que:

La teoría de Difusión de comunicaciones registra el origen de la información y los puntos de referencia en el caso de la difusión de las innovaciones en los medios comunicacionales, se extrae las conclusiones principales de los estudios donde se analizan cuáles son las claves para realizar con éxito innovaciones en la distribución, organización, efectos y vías de comunicación en la comunidad.

(Muniz, 2019) considera que:

Las características básicas en la difusión de comunicación son campos académicamente estructurados, considerando el número de información que sigue creciendo en la actualidad.

### **Herramientas de difusión**

(Hutt, 2018) considera que:

Una de las herramientas de difusión masiva son las redes sociales, éstas han marcado un hito, debido a su importancia, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizadas tanto por personas naturales o empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica, aunque su crecimiento ha tendido a disminuir para dar espacio a nuevas plataformas más especializadas en áreas temáticas, las redes sociales seguirán siendo uno de los medios de comunicación masiva más importantes, debido a sus características y a las opciones que ofrecen a sus usuarios.

### **Aspectos Metodológicos**

#### **Tipo de investigación**

El presente ensayo utiliza un enfoque cualitativo, con el único fin de analizar con profundidad la investigación de las estrategias comunicacionales como herramienta de difusión para el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo.

#### **Diseño de investigación**

Se trabaja con un diseño no experimental, dando a conocer que el investigador manipular las variables: Estrategias comunicacionales y herramienta de difusión,

El ensayo científico utiliza un diseño de carácter descriptivo, buscando especificar cada una de las características, perfiles y propiedades de las personas al momento de describir las variables y teorías como los diferentes grupos o comunidades que estarán bajo un análisis general.

### **Población y muestra**

Se toma como población a los empleados tomando como muestra a 4 funcionarios, analizando los objetivos principales ante la entidad “EL GAD Parroquial de José Luis Tamayo. La fuente de datos a utilizar es la investigación documental, puesto que se seleccionará las diferentes teorías para analizar e interpretar fuentes de acuerdo con el tema escogido, conociendo ideas que serán establecidas por dichos autores de carácter audiovisual.

### **Procedimiento**

Este ensayo científico considera como población a diferentes funcionarios del GAD Parroquial de José Luis Tamayo que concierne a la cantidad de 14 empleados. En la investigación se adaptarán criterios relevantes de inclusión y exclusión, el objeto de estudio será considerar con mayor responsabilidad los diferentes contextos informativos que ayudaran a resolver la problemática buscando estrategias comunicacionales en la Parroquia José Luis Tamayo; exclusión, esta pauta conlleva desistir de la investigación a los otros GAD, facilitando las técnicas necesarias para la adquisición de información. Se considera como muestra a 4 directivos de la institución antes mencionada.

Se utilizará método no probabilístico basado en el argumento de convivencia, porque se conoce las propiedades del objeto de estudio. Según Hernández (2014), expresa que el muestreo probabilístico es “subgrupo de la población consiste en la elección de los elementos que no dependen de la probabilidad, cumple con las características de la investigación” (p. 196). Por medio del instrumento entrevista se recolectará los datos que darán a conocer nuestra muestra escogida.

Se empleará la técnica de investigación, tomando como instrumento la entrevista no estructurada, cabe recalcar que se elaborarán 6 preguntas específicas de opinión, sentimientos, biografías, facultades, historias de vida y más, con la finalidad de analizar con más profundidad las estrategias comunicacionales que hacen falta en la entidad como

herramienta de difusión del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo, para hacer hincapié el fortalecimiento del vínculo con los ciudadanos ante la situación real de recopilar la información necesaria para el estudio del proyecto.

Se consideran las siguientes variables que a continuación se describe: Estrategias comunicacionales como herramienta de difusión; al mismo tiempo se conoce la dimensión: Comunicación institucional, donde se desplegaron los siguientes cuadros informativos de comunicación interna y externa; donde se diseñaron las dimensiones.

### **Organización y Plan estratégico de comunicación**

Se aborda los artículos académicos en los aspectos éticos respaldando la confidencialidad de los contextos utilizados en este aspecto enfatizando la importancia de este estudio porque los datos obtenidos serán únicos y exclusivos.

### **Métodos.**

El método que se utiliza es investigación documental bibliográfica buscando en textos, enlaces documentales, libros, etc. donde se seleccionará las teorías básicas para para sustentar la parte teórico-argumentativa para nuestro ensayo científico.

### **Técnicas.**

Se empleará la técnica metodológica investigativa fundamental para este proceso de donde se obtendrá información de los hechos reales. Por ello, se utilizará como instrumento la entrevista no estructurada, con una selección de 6 preguntas que nos ayudarán a extraer el análisis general.

### **Instrumentos**

La aplicación del instrumento entrevista; permitirá reconocer e identificar los elementos epistemológicos necesarios para la recolección de datos, elaborando un cuadro de análisis comparativo permitiendo así desarrollar las conclusiones y recomendaciones del ensayo, se adjuntan adicional los sustentos respectivos en la parte de anexos.

### **Análisis**

En este ensayo se observa los diferentes datos propuestos por la información recolectada presentando contextos que nos ayudan a verificar y analizar una síntesis general de la resolución de nuestra interrogante utilizando el instrumento entrevista, con

los funcionarios del GAD de la Parroquia José Luis Tamayo, mediante la interpretación de 6 preguntas para poder conocer las estrategias comunicacionales en el fortalecimiento de la vinculación con los ciudadanos de la entidad en mención.

De acuerdo con la discusión de resultados realizada, se puede sistematizar y evidenciar resultados de la falta de un área de comunicación en la parroquia José Luis Tamayo, dando por conclusión a la hipótesis: las estrategias comunicacionales permitirán mejorar y perfeccionar la comunicación activa del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo.

### **Discusión de resultado**

En las entrevistas realizadas a los funcionarios se da a conocer de manera general las respuestas en cuanto a las preguntas elaboradas:

Con respecto al primer interrogante

1. ¿Qué tipo de estrategias comunicacionales posee el GAD Parroquial?

Las personas entrevistadas expresan que utilizan las carteleras informativas, hace 4 meses atrás crearon la red social FACEBOOK, donde se informa a la comunidad las diferentes actividades que ejecuta el gobierno parroquial, para que todos sean participes y veedores de los programas que se realiza en bien de la comunidad tamayense, aunque no se llega a toda la población de la parroquia con la información al día.

En la segunda pregunta:

2. ¿Usted ha identificado alguna herramienta de comunicación que tiene el GAD para informar al público?

Las personas entrevistadas manifiestan que el Gad no tiene múltiples herramientas necesarias para el uso de las redes sociales, lo que incurre a que la población en general no se entere de las diferentes noticias informativas de lo que ocurre en la parroquia, se pide buscar alguna estrategia que pueda ayudar al proceso de información.

En lo que respecta a la tercera pregunta:

3. ¿El GAD cuenta con un plan estratégico de comunicación centrado en las necesidades comunicativas?

Los entrevistados expresan que la entidad no cuenta con un plan estratégico de comunicación, por lo consiguiente resaltan que es primordial contar con un plan de comunicación que permitan distribuir de manera efectiva e informativa de ámbito comunicacional para que las personas del sector puedan enterarse de los diferentes hechos que se suscitan a diario en la población para poder mantener una interacción activa con las autoridades y demás personas que viven en la parroquia.

En la discusión de la cuarta interrogante tenemos:

4. ¿Existe un departamento exclusivo de comunicación y el personal adecuado para llevar a cabo las estrategias comunicacionales en el GAD Parroquial?

Las personas entrevistadas exponen que la institución en sí no cuenta con un departamento exclusivo para comunicación, motivo por el cual se debe enfatizar a que la entidad pueda crear un espacio físico para este tipo de áreas que pueden ayudar en el futuro a una mejor interacción y fortalecimiento de diferentes parámetros que se realiza en la comunidad se debe mantener una relación directa entre los organismos estratégicos institucionales.

De acuerdo a la información reflejada en las entrevistas se realizó el análisis donde se ve la necesidad de implementar estrategias comunicacionales que ayuden a la comunidad a obtener la información de los diferentes hechos que a diarios se ejercen en bien de la población, utilizando diferentes medios de comunicación entre ellas crear un espacio adecuado para la temática comunicacional empleando canales y medios comunicativos para lograr una mejor interacción con la ciudadanía en general esta sea interna y externa.

## **CONCLUSION**

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo muestra falta de conocimiento sobre las diferentes estrategias comunicacionales.

La entidad Parroquial tiene la necesidad de implementar estrategias que ayuden al conocimiento de información en hechos reales que suscitan a diario en la comunidad, utilizando la creación canales de comunicación entre ellos redes sociales como: Facebook, Instagram y Twitter, cabe recalcar que desde febrero de 2022, fue creado el perfil de Facebook del gobierno parroquial, donde se evidencia que no está actualizado la

información y se publica más en la cuenta personal de la autoridad de turno, la página web de igual manera, dado que es un espacio de fácil acceso para todas las personas.

En el análisis de los resultados y discusión del estudio se evidencia la falta de un área de comunicación que permita resolver junto a un equipo humano las necesidades comunicativas entre los ciudadanos y el GAD de la Parroquia José Luis Tamayo.

Se debe instruir y capacitar al personal administrativo del Gobierno Descentralizado sobre las estrategias comunicacionales para fortalecer su vínculo con la comunidad.

Se propone que la entidad Parroquial se sirva de los canales de comunicación y entorno de la era digital, como es el empleo de las redes sociales y pagina web para que fortalezca la información que imparte a la comunidad sobre los trabajos, proyectos en beneficio a la parroquia José Luis Tamayo, mejorando la comunicación interna y externa.

Se recomienda que el presente ensayo sirva como referencias para otras instituciones públicas o privadas, se debe considerar los efectos y discusiones de datos obtenidos por el investigador.

## Referencias

- Acuña, D. D. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 315-330.  
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2697>
- Avendaño, E. (2018). Tipos de públicos y sus características. *Comunicación corporativa*. <http://sugeyavendano.blogspot.com/2011/04/tipos-de-publicos-y-sus-caracteristicas.html>
- Borbor, J. (2022). *Estrategias comunicacionales en Gobierno Descentralizado de Manglaralto*. Santa Elena, Piura: Universidad Península de Santa Elena.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6965/1/UPSE-TCO-2022-0007.pdf>
- Cajal, A. (15 de marzo de 2019). *Lidefer*. Comunicación lateral: características, ventajas, desventajas, ejemplos: <https://www.gestiopolis.com/la-estructura-organizacional/>
- Corona Lisboa, J. (febrero de 2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *Medisur*, 14(1). <[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1727-897X2016000100016&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2016000100016&lng=es&nrm=iso)>
- Delgado, I. (2016). Significados:  
<https://www.significados.com/caracteristicascomunicacion/>
- Escala, M. (2017). *Comunicación estratégica y comunicacional*.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.26439/contratexto2016.n025.650>.
- Fernandez, S. (2021). Estrategia comunicacional. *Payles ShoeSource*.
- Gabriel Ortega, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación°. *J. Selva Andina Res. Soc.* , 8(2).  
<[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2072-92942017000200008&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2072-92942017000200008&lng=es&nrm=iso)>.
- Gómez, R. (2017). Comunicación para el Desarrollo Humano. *Revista Científica Corputlenses*. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/39259>

- Guelmes Valdés., E. L., & Nieto Almeida, L. E. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Revista Universidad y Sociedad* , 7(2), 23-29. <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Hernán García, M., Lineros González, C., & Ruiz Azarola, A. (2020). Cómo adaptar una investigación cualitativa a contextos de confinamiento. *Gac Sanit.* <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.06.007>
- Herrera, M. (12 de 11 de 2018). *Público interno y externo*. Punto Comunica: <https://puntocomunica.wixsite.com/puntocomunica/post/el-p%C3%BAblico-interno-y-externo-en-las-relaciones-p%C3%BAblicas>
- Huilcapi, Castro, & Jácome. (2017). Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 311-333. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.2.311-333>
- Hutt, H. (2018). *Las redes sociales: como herramientas de difusión*. Costa Rica: Comunicación Colectiva. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513/1521>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. INEC: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/santa\\_elena.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf)
- Jaén, M. (2019). La comunicación interna en las organizaciones. *INFOCOP.ONLINE*, 5. [https://www.infocop.es/view\\_article.asp?id=822](https://www.infocop.es/view_article.asp?id=822)
- José García. (10 de 11 de 2020). Master en innovación: [https://mip.umh.es/blog/2020/11/10/difusion-plan estratégico-proceso/](https://mip.umh.es/blog/2020/11/10/difusion-plan%20estrat%C3%A9gico-proceso/)
- Mirabal, R., Fundora, Y., & Becerra, A. (2017). *La estrategia de comunicación para las revistas científicas del CENSA*. Cuba: Ciencias de la información. <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/58242>
- Morales, A. (2016). Significados: <https://www.significados.com/proceso-de-comunicacion/>

- Muniz, L. (6 de junio de 2019). *Rock Content*. Conoce los principales medios de comunicación y las características de cada uno:  
<https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion/>
- Pieró, R. (2019). *Comunicación verbal*. Cali: Universidad de Cartagena.  
<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-vertical.html>
- Piza Burgos, N. D., Amaiquema Marquez, F. A., & Beltrán Baquerizo, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15(70), 455-459.  
<http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Redactores Profesionales. (6 de 2022). Características de la Planeación Estratégica. *Revista educativa Caracteristicasdel.com*.  
<https://www.caracteristicasdel.com/propiedades/caracteristicas-de-la-planeacion-estrategica.html>:  
<https://www.caracteristicasdel.com/propiedades/caracteristicas-de-la-planeacion-estrategica.html>
- Riel, V. (2018). Tres formas importantes de comunicación corporativa.  
<https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1147>
- Ríos , E., & Paéz, H. (2020). *Estrategias de comunicación*. Cali: REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía. <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Ríos, E., & Paéz, H. (2020). *Estrategias de comunicación*. <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Robbins, S., & Judge, T. (2019). *Comunicación ascendente y descendente*. Pearson Educación. <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/18930/Capitulo4.pdf>
- Saavedra, M. (2018). *Estrategia de comunicación*. Universidad Casa Grande.  
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/433>
- Suárez, B., & Chandi, J. (2017). *Estrategias de comunicación internas para mejorar el clima organizacioanl en el GAD de Salinas*. Santa elana, salinas: Salinas.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3871>

Tiban , G., & Flores, D. (Abril de 2017). *Estrategias de comunicación del gobierno de Ambato*. Ambato, AMBATO.

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/26737>

Torres, M. (2017). *Lenguaje y comunicación*.

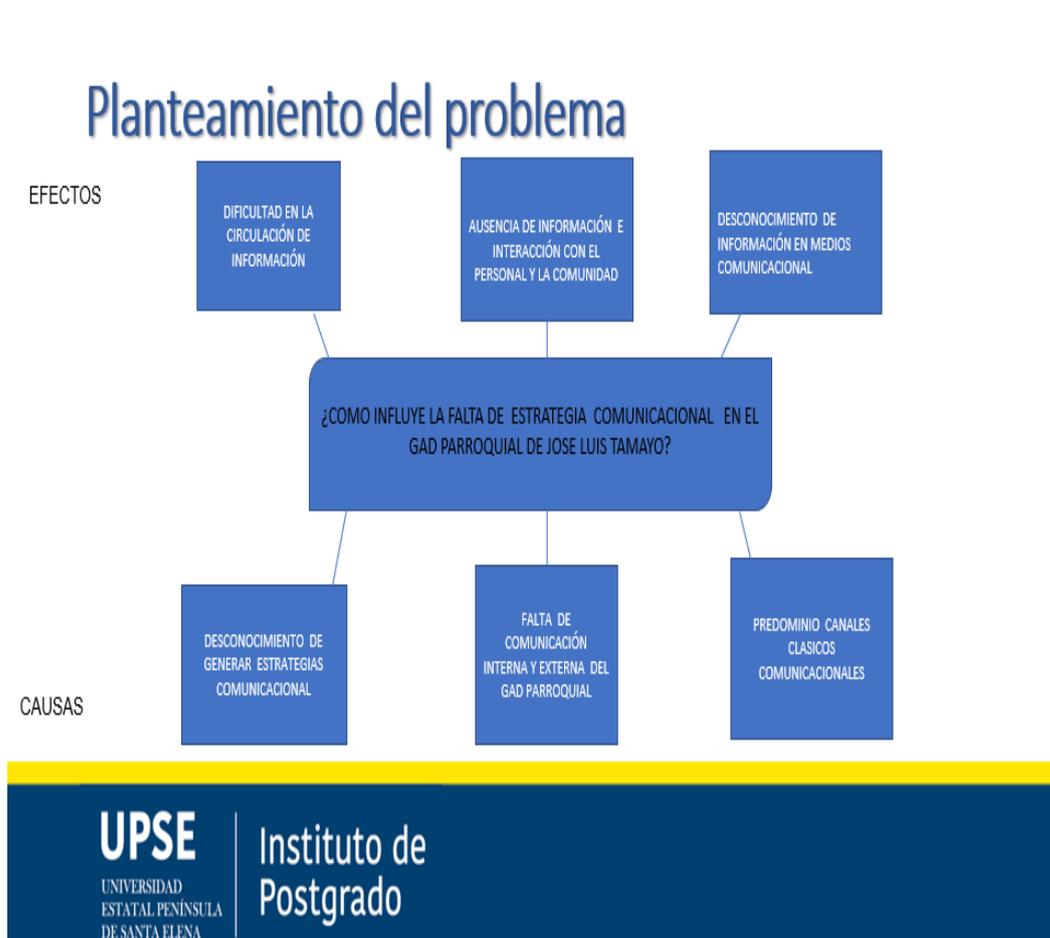
[http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez\\_M.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez_M.pdf)

VENTURA LEÓN, J. L., & BARBOZA PALOMINO, M. (2017). El tamaño de la muestra: ¿Cuántos participantes son necesarios en estudios cualitativos? *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 28(3).

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=377653383009>

# ANEXOS

## Anexo 1 Árbol del problema



## Anexo 2 Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Ítems
Estrategias comunicacionales como herramienta de difusión		1.- Público interno y externo. 2.- Proceso de comunicación 3.- Tipos de comunicación 4.- Estrategias de comunicación 5.- Plan estratégico de comunicación 6.- Difusión de comunicación.	. 1.- comunicación interna y externa.;	‘¿

*Anexo 3 Instrumentos – Guías de Preguntas/ no Entrevista*

Entrevistador:		
Entrevistados:		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN</b>
1.- ¿Qué tipo de estrategias posee comunicacional tiene el GAD Parroquial?		
2.- ¿Usted ha identificado alguna herramienta de comunicación que tiene el GAD para tener informado al público o a su comunidad?		
3.- ¿El GAD cuenta con un plan estratégico de comunicación centrado en las necesidades comunicativas?		
3.- ¿Existe un departamento exclusivo de comunicación y el personal adecuado para llevar a cabo las estrategias en el GAD Parroquial?		
5.- ¿Como difunden sus actividades el GAD PARROQUIAL DE LAS ACTIVIDADES realizada en beneficio de su comunidad?		
6.-¿Existe comunicación interna es decir con la máxima autoridad vocales y empleados externa con la comunidad		

*Anexo 4 Instrumentos – memoria fotografica*

