



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y
TECNOLOGÍA - FECYT
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

**“ESTUDIO DE CASO DE LOS PROCESOS
COMUNICACIONALES DESARROLLADOS POR EL GAD.
PARROQUIAL FERNÁNDEZ SALVADOR DEL CANTÓN
MONTUFAR - PROVINCIA DEL CARCHI Y SU IMPACTO EN LA
DIFUSIÓN Y RECONOCIMIENTO SOCIAL DE SU
ADMINISTRACIÓN”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en
Comunicación

Línea de investigación: Desarrollo social y del Comportamiento Humano

AUTOR:

Fernando Xavier Martínez Justicia

DIRECTOR:

Msc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

Ibarra – Ecuador 2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
Cedula de Ciudadanía	1002554903		
Apellidos y Nombres	Martínez Justicia Fernando Xavier		
Dirección	Quito / Eduardo Racines Oe 9-217 y Princesa Pacha		
E-mail	fxmartinezj@utn.edu.ec / ferchomartinez10@yahoo.es		
Teléfono Fijo	062 957-366	Teléfono Móvil	0992836569

DATOS DE LA OBRA	
Título	Estudio de caso de los Procesos Comunicacionales Desarrollados por El Gad. Parroquial Fernández Salvador del Cantón Montufar - Provincia del Carchi y su Impacto en la Difusión y Reconocimiento Social de su Administración
Autores	Martínez Justicia Fernando Xavier
Fecha	31 de julio de 2025
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
Programa	<input checked="" type="checkbox"/> Pre – Grado <input type="checkbox"/> Pos - Grado
Título por el que opta:	Licenciado en Comunicación
Asesor / Director	Msc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 31 días del mes de julio de 2025

EL AUTOR:



Fernando Xavier Martínez Justicia

CC:1002554903

**CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**

Ibarra, 24 de julio de 2025

Msc. Judith Bayas Jiménez

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de integración curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Unidad Académica de la Universidad Técnica del Norte; en constancia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



Msc. Judith Bayas Jiménez

CC: 1002798096

DEDICATORIA

En el trayecto de la superación y el desarrollo personal, cumplir con uno de los objetivos que en el camino el ser humano se propone; es manifestar con regocijo: con responsabilidad, esfuerzo y humildad, se puede lograr el éxito.

Ahora y a ustedes va mi homenaje:

Al recuerdo, cariño y gratitud, un beso grande al cielo a mis abuelitos Raquel, María, Salvador y Alfredo

A la razón y motivo, de mi abuelita Marina

A la expresión y cariño de mis hermanas Aracely, Adriana y Erika

Al sentimiento, amor valor y firmeza de mi compañera de vida Mayrita

Al ser sublime e inefable, mi pequeña sobrina Sarita

Y ahora cuando el deber y el camino esta cumplido, debo expresar mi abrazo fraterno de paz y bien, por siempre gracias

PER ARDUA AD ASTRA

AGRADECIMIENTO

Con el sentimiento y gratitud que guardo por personas especiales que apoyaron y depositaron en mí su confianza, expreso mi verdadero regocijo; resaltar y recordar a mi familia que guardo dentro de lo más valioso y como no también a los grandes y buenos amigos.

A la experiencia y respeto de mi señor padre, Francisco

A mi razón de ser, mi abuelita Marina

Al amor, firmeza y apoyo de mi compañera de vida Mayrita

Al cariño de mis tíos Pilar, Mónica, Silvia y Carlos

Con su aliento y apoyo puedo cristalizar este objetivo profesional, espero en su momento retribuir su valiosa cordialidad. Mi agradecimiento también a los grandes docentes amigos de la facultad, que impartieron su valioso conocimiento en pos de perfilar al nuevo profesional de nuestra universidad.

Ahora mi júbilo hacia ustedes y mi afectuoso saludo de Paz y Bien

RESUMEN

El presente trabajo estudia los procesos comunicacionales partiendo desde la comprensión y la función de la comunicación desde el aspecto individual hasta el ámbito social; el objetivo es mejorar, persuadir e informar de forma positiva, la finalidad comunicativa permite medir la incidencia en el desarrollo social, cultural y la gestión del GAD Parroquial Fernández Salvador. En ese ámbito es importante delimitar las acciones y elementos comunicativos que trabaja la institución en función de la parroquia. En el desarrollo de la investigación se empleó una metodología mixta de análisis y valoración de herramientas que permiten determinar la incidencia de los procesos comunicacionales del GAD Parroquial y el impacto en la población. Los resultados de dicha investigación en este proyecto muestran ciertas debilidades comunicacionales que no facilitan un mejor desarrollo en esa área; estos elementos van en relación con la falta de una área y de profesionales de comunicación dentro del GAD Parroquial, el desconocimiento de las autoridades de la importancia de procesos y herramientas de comunicación, la falta de un presupuesto propio para comunicación, el manejo no adecuado de redes sociales y tecnologías de la información entre otros. Por consiguiente y en torno a las debilidades manifiestas se propone la implementación de un plan estratégico de comunicación que permita visibilizar la gestión de la administración de forma clara para alcanzar el reconocimiento en la población, mejorar y posicionar la imagen institucional; además de acciones comunicativas que permitan la socialización de proyectos, obras y actividades de la institución y la parroquia.

Palabras clave: procesos comunicacionales; difusión; reconocimiento; imagen institucional.

ABSTRACT

This study examines communication processes, beginning with their role and function at the individual level and expanding to their impact within the social sphere. The primary objective is to enhance, persuade, and inform in a constructive manner. Communication serves as a tool to assess its influence on social and cultural development, as well as on the administrative management of the Fernández Salvador Parish GAD. Within this context, it is essential to define the communicative actions and elements employed by the institution in its engagement with the parish community. A mixed-methods approach was adopted, incorporating both qualitative and quantitative analyses to evaluate the tools used and measure the effectiveness of communication processes within the Parish GAD and their impact on the local population. The findings reveal significant communication deficiencies that hinder institutional development. Key issues include the absence of a dedicated communication department, a lack of qualified communication professionals, limited awareness among authorities about the strategic importance of communication, an inadequate communication budget, and poor management of social media and digital information technologies, among others. In response to these challenges, the study proposes the implementation of a strategic communication plan. This plan aims to improve the visibility and transparency of administrative efforts, foster public recognition, and strengthen the institutional image. Additionally, it outlines targeted communication actions to support the dissemination of the institution's projects, public works, and community activities.

Keywords: communication processes, dissemination, public recognition, institutional image.

* GAD (Decentralized Autonomous Government)

ÍNDICE DE CONTENIDOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	II
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA	II
CONSTANCIAS	III
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
MARCO TEÓRICO	3
1.1 LA COMUNICACIÓN Y LOS PROCESOS COMUNICACIONALES	3
1.1.1. <i>Teorías de la comunicación</i>	3
1.1.2. <i>Modelos de comunicación</i>	4
1.1.3. <i>Comunicación institucional</i>	5
1.1.4. <i>Comunicación y la gestión pública</i>	6
1.1.5. <i>Comunicación pública en el ámbito local</i>	7
1.2. DESARROLLO SOCIAL Y LOCAL	8
1.2.1. <i>Comunicación en los gobiernos locales</i>	8
1.2.2. <i>Comunicación, cultura y cambio social</i>	9
1.2.3. <i>Plan de Comunicación</i>	10
1.3. COMUNICACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA	11
1.3.1. <i>Comunicación como herramienta de participación</i>	11
1.3.2. <i>Comunicación y diálogo social</i>	12
1.3.3. <i>Comunicación y la participación ciudadana</i>	12

CAPÍTULO II.....	15
MATERIALES Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	15
2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	15
2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	15
2.2.1. <i>Técnica de Encuesta</i>	16
2.2.2. <i>Técnica de Entrevista</i>	16
2.2.3. <i>Técnica de Observación</i>	16
2.3. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES O MATRIZ DIAGNÓSTICA	17
2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	23
2.5. PROCEDIMIENTOS	24
2.5.1. <i>Técnica de Encuesta</i>	24
2.5.2. <i>Técnica de Entrevista</i>	25
2.5.3. <i>Técnica de Observación</i>	25
CAPÍTULO III	26
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
3.1. RESULTADOS.....	26
3.1.1. <i>Análisis de Resultados - Instrumento de Entrevista 1</i>	26
3.1.2. <i>Análisis de Resultados - Instrumento de Entrevista 2</i>	28
3.1.3. <i>Análisis de Resultados Instrumento de Observación</i>	30
3.1.4. <i>Análisis de Resultados Instrumento de Encuesta</i>	34
3.2. DISCUSIÓN.....	39
CAPÍTULO IV	44
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN.....	44
4.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	44
4.2. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA.....	44
4.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA	44
4.4. CARACTERÍSTICAS Y ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA	44
4.5. METODOLOGÍA DE IMPLEMENTACIÓN	46
4.6. RESULTADOS ESPERADOS.....	46
4.7. BENEFICIARIOS	47

4.8.	ENLACE DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DEL GAD PARROQUIAL FERNÁNDEZ SALVADOR.	47
	CAPÍTULO V.....	48
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
5.1.	CONCLUSIONES.....	48
5.2.	RECOMENDACIONES	49
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
	ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Matriz Diagnóstica de Objetivos</i>	17
Tabla 2 <i>Matriz Diagnóstica de Variables – Entrevista</i>	18
Tabla 3 <i>Matriz Diagnóstica de Variables - Observación</i>	20
Tabla 4 <i>Matriz Diagnóstica de Variables – Encuesta</i>	21
Tabla 5 <i>Matriz de respuestas entrevista – Presidenta</i>	26
Tabla 6 <i>Matriz de respuestas entrevista – Vocales</i>	28
Tabla 7 <i>Matriz de respuestas - Observación</i>	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Buena Comunicación	34
Figura 2 Valoración de la Comunidad	34
Figura 3 Visita página web	35
Figura 4 Frecuencia utilización página web	35
Figura 5 Evaluación imagen institucional	36
Figura 6 Medios de Información	36
Figura 7 Medios de difusión	37
Figura 8 Información publica	37
Figura 9 Presencia en Asambleas	38
Figura 10 Participación ciudadana	38

INTRODUCCIÓN

El proceso comunicacional no solo transmite información, sino que busca que haya entendimiento mutuo, en contextos actuales como el digital u organizacional, también implica gestionar significados, emociones y relaciones, no solo datos, mediante el uso de los elementos claves como el emisor, mensaje, canal, receptor, código, contexto, y retroalimentación. Los procesos comunicacionales se han actualizado para considerar la creación de significaciones además del intercambio de información, en ambientes digitales y organizacionales, a comienzos de un enfoque semántico, Lan et al. (2021) defienden que la comunicación debe gestionar su significado más que los simples bits y avanza paradigmas como la SemCom (comunicación semántica) en inteligencia artificial y redes de avanzada. Dichos argumentos resaltan que la eficacia comunicativa está en la relevancia para el receptor más que en la mecánica de la comunicación y ven formas de retroalimentación y decodificación nuevos en interacciones hombre-máquina (Lan et al., 2021).

A nivel de la organización, la comunicación interna se ha mostrado un estímulo básico para el compromiso, la integración y la percepción de respaldo por parte de los trabajadores. Villón et al. (2025) mostraron que los procesos comunicacionales fortalecen la percepción de respaldo social por parte de los trabajadores, con un reflejo beneficioso en su rendimiento y bienestar en el puesto de trabajo. También Sacan et al. (2024) sostienen que las organizaciones, a partir de la pandemia, tuvieron la necesidad de unir estrategias digitales y multidireccionales para mantener una culturización organizacional sólida.

En la actualidad la comunicación estratégica es un pilar fundamental para que los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) parroquiales gestionen sus recursos y tareas de manera eficaz, a través de un diseño claro de mensajes y canales, cada plan o acción institucional se puede proyectar de forma ordenada, al mismo tiempo que se nutre y se escucha a cada grupo de interés, desde los ciudadanos hasta las organizaciones locales. Cuando la imagen del gobierno parroquial se edifica con criterio profesional, se establece un diálogo fluido que no se limita a anunciar, sino que invita a intercambiar opiniones, sugerencias y críticas, permitiendo ajustes en tiempo real.

La obligación de ser transparentes y de ganar la confianza de la población nunca puede postergarse. Medios que informen con puntualidad sobre decisiones, gastos y resultados ofrecen a los vecinos la posibilidad de evaluar y, en consecuencia, de participar en un ambiente de apertura. Esa rendición de cuentas activa alimenta la democracia participativa, da impulso a la planificación compartida, nutre iniciativas comunitarias y refuerza el sentido de pertenencia al territorio, factores indispensables para mantener la cohesión social en cada parroquia.

Desde la mirada de la comunicación para el desarrollo, el estudio que se presenta basa su trabajo en principios de comunicación asertiva y utiliza métodos y canales pensados para mostrar con claridad los procesos sociales que dan forma a la vida institucional del GAD

Parroquial Fernández Salvador. Siguiendo esta línea, Gumucio (2010) señala que “la comunicación para el cambio social surge a finales del siglo pasado como un nuevo paradigma que retoma y profundiza los caminos de la comunicación para el desarrollo y la comunicación participativa, sumando además ideas frescas de los modelos modernizadores” (p. 11). Desde esta óptica, la comunicación se concibe como componente central de la gestión pública, destinado a estimular la participación activa de la ciudadanía y a asegurar el funcionamiento efectivo de la institución.

Por lo tanto, el análisis que aquí se desarrolla organiza su indagación alrededor de la identificación y el examen de los procesos comunicacionales puestos en marcha por el GAD Parroquial Fernández Salvador, considerando en paralelo la comunicación interna y externa, el cuidado de la imagen institucional y otros factores que afectan el reconocimiento social de su gestión. Para dar sustento al diagnóstico, el estudio se apoya en una variedad de referentes teóricos y académicos cuyo aporte enriquece el lector y fortalece el argumento del trabajo.

La metodología diseñada ofrece una inmersión exhaustiva en el fenómeno en cuestión, combinando técnicas e instrumentos ajustados a la realidad del territorio, bajo un enfoque cualitativo-descriptivo. Los hallazgos se exponen mediante gráficos y estadísticas, y se comentan a la luz de teorías vigentes en el área de la comunicación.

Como resultado práctico, se propone un plan estratégico de comunicación para el GAD parroquial Fernández Salvador; dicho plan incluye directrices, metas y acciones orientadas a consolidar la voz institucional, elevar su visibilidad pública y garantizar la continuidad de las intervenciones comunicativas.

En definitiva, el estudio busca robustecer la imagen del GAD parroquial creando flujos comunicacionales claros, que impulsen el desarrollo local, favorezcan la rendición de cuentas y afiancen el lazo entre la gestión pública y la población.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 La comunicación y los procesos comunicacionales

La comunicación, es un proceso universal por el cual se transmite información, ideas, emociones y el saber, posibilita la interacción en la sociedad, además permite la conservación de la información en el tiempo Hernández et al. (2022). En la sociedad contemporánea, Santillán (2022) enfatiza que la comunicación es un elemento importante de interacción social y por medio del lenguaje oral y escrito, las personas edifican relaciones y se surgen la oportunidad de adaptarse a la virtualidad e interrelacionarse en nuevas electrónicas cambiando las sociedades. Complementariamente, Reyes (2021) enfatiza que la comunicación consistente y efectiva se erige como uno de los pilares fundamentales de los procesos comunicacionales, potenciando la integración institucional, el liderazgo y la mejora de la calidad de la información.

El proceso comunicativo es clave para la gestión pública porque pone en contacto directo a las instituciones con la ciudadanía. Hevia et al. (2019) observan que, dentro de muchas organizaciones, siguen vigentes modelos tradicionales que preferentemente envían mensajes en una sola dirección y se centran en la claridad del contenido.

Sin embargo, para que la comunicación pública sea efectiva, esas limitaciones deben ser trastocadas, convirtiéndola en un diálogo participativo; hoy, las herramientas digitales ofrecen a las entidades la oportunidad de abrir canales bidireccionales, aumentar la transparencia e incluir a grupos diversos. En ese sentido, Hevia y su equipo subrayan que resulta indispensable articular estrategias que construyan significados de manera conjunta e inviten a todos los actores a asumir un papel activo.

1.1.1. Teorías de la comunicación

En el campo de la comunicación existen diferentes teorías que sustentan esta área del conocimiento, para Blanco (2023), son un conjunto de enfoques que buscan explicar cómo se produce, transmite y recibe la información en la sociedad, pueden clasificarse de diversas maneras, según el tipo de relación que se establece entre los participantes en el proceso comunicativo, el contexto en el que se lleva a cabo y el papel de los medios de comunicación.

Algunas teorías, como las unidireccionales, conceptualizan la comunicación como un proceso lineal donde se envía un mensaje a un receptor, ya que otras, como las interactivas o bidireccionales, enfatizan en la retroalimentación y la participación activando a ambos actores en el intercambio de información. (Alonso y Saladrigas, 2023)

De acuerdo con Marín (2017), la teoría sociocultural destaca que la comunicación está influenciada por las estructuras sociales y políticas, teorías que exploran cómo se perciben

los individuos e interpretan los mensajes. La teoría sociocultural de la comunicación entiende el acto comunicativo como un proceso simbólico a través del cual las personas crean y reproducen significados en situaciones concretas y específicas, destacando así que dicha actividad ayuda a dar forma a la realidad cultural misma. Fuentes (2018) sostiene que, al producir y reinterpretar signos, los sujetos situados inventan y reorganizan el orden social, de donde se sigue que hablar y escuchar no es solo intercambiar datos, sino fabricar permanentemente el sentido que luego dará sentido a lo que le rodea. En el mismo orden de ideas, Ladino (2017) observa que esa labor simbólica comparte referencias y contornos culturales, con lo que se ilustra la dimensión colectiva y, por consiguiente, altamente social del fenómeno comunicativo.

La perspectiva sociocultural, señala Fuentes (2018), centra su atención en la interacción entre personas, entidades relevantes y mediaciones que dan forma a la comunicación cotidiana. Al adoptar este ángulo, se evita una mirada limitada y se unifican las dimensiones económicas, políticas y culturales en un solo esquema analítico.

En consecuencia, las teorías de la comunicación ya no se conforman con explicar el nacimiento y la circulación de los mensajes; también indagan en la manera en que esos mismos caminos reproducen y, a la vez, son moldeados por relaciones de poder, ofreciendo así herramientas críticas que facilitan la comprensión y la posible transformación del contexto sociocultural.

1.1.2. Modelos de comunicación

Los modelos de comunicación son esquemas que intentan aclarar cómo se genera, se transmite y se recibe un mensaje entre un emisor y un receptor y sirven, por tanto, para seguir el hilo de la comunicación en situaciones tan diversas como una conversación cotidiana o un debate en los medios masivos. Al trazar esas rutas, estos mapas teóricos permiten localizar en qué momento o en qué lugar intervienen elementos como el canal por el que circula la información, el código que la reviste y el conjunto de circunstancias que lo rodean (Pereyra, 2022).

Desde mediados del siglo XX ha habido un flujo continuo de estudios y propuestas, entre las cuales destaca el modelo de Shannon y Weaver, elaborado en 1949 con un enfoque numérico que examinaba la forma en que los datos salían y volvían a entrar en circuitos técnicos. Poco después, Harold Lasswell condensó en cinco preguntas el recorrido de un mensaje en la publicidad y en los grandes medios. Schramm, en los años siguientes, subrayó la relación recíproca entre los participantes y, usando un dibujo circular, introdujo el concepto de retroalimentación. Casi una década después, Jakobson desglosó en seis funciones del lenguaje los propósitos y los componentes que siempre se lleva a cuentas cada vez que se habla y escribe.

Ese mismo año, David Berlo presentó el modelo SMCR y trazó una línea clara entre el emisor, el contexto, el canal y el receptor del mensaje. Por su parte, Marshall McLuhan causó un leve temblor disciplinario en 1996 al afirmar que la “vía es el comunicado” (pág. 215),

poniendo así los canales en el centro de la conversación sobre las comunidades. Décadas después, Stuart Hall se detuvo en el proceso de codificación y decodificación y le dedicó un análisis más extenso durante los años ochenta.

El planteamiento dialéctico sistémico de Manuel Martín Serrano ofrece una mirada comprensiva que entiende la comunicación como un sistema abierto en el que influyen constantemente factores internos y externos. Desde esta óptica se identifican cuatro componentes centrales: actores, instrumentos, expresiones y representaciones, que funcionan y se transforman mutuamente a lo largo del proceso comunicativo (Alonso y Saladrigas, 2023).

Más atrás en la historia, el modelo de Shannon y Weaver, anclado en la llamada teoría matemática de la comunicación, supuso un punto de inflexión al dotar el estudio de herramientas técnicas y claramente estructuradas. Su lógica establece que el éxito de un mensaje depende de una cuidada codificación, un canal adecuado y el esfuerzo sistemático por atenuar el ruido, de modo que la eficiencia resulte máxima en cada interacción. Esa sencillez, por otra parte, lo hizo universal, guiando posteriormente a pensadores como Jakobson y Schramm. Sin embargo, su línea de operación sigue un sendero unidireccional que deja fuera variables humanas tan decisivas como el contexto social y la interpretación subjetiva, mostrándose ante todo como un recurso instrumental (Alonso y Saladrigas, 2023).

El modelo semiótico de la comunicación creado por Ferdinand de Saussure pone el acento en el uso de signos, símbolos y códigos para transmitir mensajes y reconoce en ellos el centro del proceso comunicativo. Por su parte, la teoría sociocultural sostiene que el sentido no vive aislado en el texto o en quien lo emite, sino que surge en la conversación activa entre personas dentro de un determinado contexto cultural. Desde esa perspectiva, la semiótica social ofrece un mapa para pensar cómo los signos funcionan como andamiaje de sentido en las prácticas cotidianas. Tulchinski (2021) sostiene que esa mirada permite rastrear los códigos que hablan de cambios profundos en la economía, la política o la educación y se convierte así en una voz crítica frente al consenso dominante.

Moreno (2024) añade que ese mismo enfoque resulta clave al abordar fenómenos complejos como la memoria colectiva, el género o el populismo, porque ilumina las batallas simbólicas que moldean las identidades culturales. En una variación complementaria, se observó que el triángulo semiótico de Peirce—representamen, objeto e interpretante, ofrece una lectura más dinámica y situada que la relación fija que Saussure proponía entre significante y significado. Reunidas, estas perspectivas refuerzan la mirada sociocultural al confirmar que los sentidos emergen de intercambios mediado por las estructuras culturales e históricas que habitan los sujetos.

1.1.3. Comunicación institucional

La comunicación institucional ha emergido como una herramienta imprescindible para las administraciones públicas, ya que su propósito va más allá de la mera difusión de datos y se orienta a cultivar valores como la transparencia, la confianza y la participación activa de la

ciudadanía. Como sostienen Aira et al. (2019), el discurso institucional debe marcar distancia del mensaje político y del comunicacional propio del mundo corporativo, adaptándose en cambio a los altos deberes de servicio público que cada entidad representa. Desde esta óptica, la comunicación institucional no solo se limita a informar; también refuerza el vínculo con los ciudadanos y legitima las acciones gubernamentales mediante relatos coherentes y estratégicos, concebidos para forjar una imagen favorable y a la vez realista de la gestión pública.

A pesar de su relevancia, la comunicación institucional enfrenta retos que surgen de la propia complejidad del aparato estatal y de la variedad de públicos a los que necesita hablar. Aira Foix et al. (2019) subrayan que la efectividad de cualquier acción comunicativa depende en gran medida de la capacidad para gestionar intangibles como la imagen y la reputación, piezas clave en la construcción duradera de la confianza social. Por eso, hoy resulta indispensable complementar los canales tradicionales con plataformas digitales y estrategias interactivas, sin perder de vista que el contexto actual se caracteriza por la velocidad de los mensajes y por el fenómeno de la infoxicación.

1.1.4. Comunicación y la gestión pública

La comunicación pública desempeña un rol central en las instituciones estatales y actúa como puente entre el gobierno y la ciudadanía. Rivero (2017) sostiene que este proceso va más allá de transmitir datos, ya que también teje lazos fundamentados en transparencia y confianza. En un entorno marcado por la incertidumbre y la rapidez con que circula la información, resulta imprescindible que los organismos públicos diseñen dinámicas comunicativas que escuchen, dialoguen y, por ende, estimulen la participación activa y el sentido colectivo de comunidad.

Dentro de la gestión pública, una comunicación clara es crucial para esclarecer el trabajo de los funcionarios y los recursos destinados a proyectos y actividades, de manera que se minimicen la desinformación y el desconocimiento de los grupos interesados. Canel (2018) apunta que las barreras internas de las instituciones y la desconfianza ciudadana siguen siendo obstáculos significativos para alcanzar esa eficacia comunicativa, por lo cual se vuelve urgente formar a los servidores públicos en competencias que les permitan construir mensajes claros, éticos y ajustados a la diversidad de una sociedad democrática.

La comunicación pública en las instituciones requiere hoy ser tanto estratégica como transversal, de modo que llegue de forma uniforme y oportuna a todos los niveles y áreas organizacionales. Para alcanzarlo, es indispensable emplear herramientas contemporáneas- las tecnologías digitales y las redes sociales- no solo como canal de difusión, sino como espacio donde se promueve la interacción genuina y se empodera al ciudadano. Rivero (2027) sostiene que, al adoptar estos enfoques, la calidad del servicio mejora y la reputación institucional se afianza, dos pilares que la gestión pública actual necesita para atender la demanda de una ciudadanía informada y activa.

De igual forma, Intriago (2024) recuerda que el municipio debe asegurar un flujo constante de información a través de los medios tradicionales, de tal manera que los vecinos permanezcan al corriente sobre los programas y proyectos comunitarios que el gobierno local ejecuta.

1.1.5. Comunicación pública en el ámbito local

La comunicación pública en el nivel municipal es clave para unir a los gobiernos locales con los vecinos, alentando a todos a tomar parte activa en los proyectos del barrio o del pueblo. Como explica Ladrón (2023), su meta no es solo informar, sino abrir canales donde los ciudadanos puedan opinar, cuestionar y colaborar en el diseño y el seguimiento de las políticas. Este diálogo bidireccional eleva la transparencia, genera soluciones más ajustadas a la realidad local y reconstruye la confianza en las instituciones, asegurando que el crecimiento sea sostenible y se guíe por los valores y expectativas de la comunidad.

La creciente circulación de desinformación y el fenómeno de la infoxicación digital dificultan la calidad del contacto entre gobernantes y civiles, por lo que resulta urgente que las entidades públicas adopten mensajes claros, pertinentes y consistentes. En esta línea, Ladrón (2023) sostiene que las administraciones locales deberían anteponer una comunicación que realmente hable al ciudadano, utilizando canales accesibles y representativos, ya que solo así se cultivará un sentido genuino de identidad y pertenencia en el territorio.

La digitalización ha reconfigurado por completo los modos en que las personas interactúan, introduciendo pautas nuevas que impactan tanto la vida privada como el panorama político. Para los gobiernos, esa transformación se traduce en una oportunidad decisiva; al recurrir a plataformas digitales, los líderes pueden dirigirse al público filtrando que imponen los medios tradicionales (Ríos, 2024).

Las plataformas digitales actuales han promovido la escucha activa, dándole a las instituciones públicas una vía para recoger datos sobre las opiniones e inquietudes de la ciudadanía. Por medio de esas herramientas, las administraciones locales pueden, en teoría, reforzar sus modelos de gobernanza; no obstante, aún deben lidiar con el desafío de gestionar profesionalmente esos espacios, reto mayor en municipios pequeños que carecen de recursos humanos y técnicos suficientes (Ríos, 2024).

En esa línea, los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) han puesto en marcha Sistemas de Información Local (SIL), considerados pilares de la transparencia y la mejora administrativa. Según SENPLADES (2018), cada GAD debe mantener sus bases de datos actualizadas y proteger su integridad para que cuenten como información oficial. Sin embargo, la aplicación real de esos sistemas en las provincias ecuatorianas todavía tropieza con la escasa articulación entre cifras estadísticas, registros administrativos y mapas temáticos, vínculos críticos a la hora de vigilar aspectos como infraestructura pública, vías rurales y la protección de grupos vulnerables.

Changoluisa y Romo (2022) señalan que, de los veinticuatro GAD provinciales, únicamente el 37,5 por ciento ha hecho avances notables en el funcionamiento de los SIL, lo que deja a la vista inconsistencia en los datos y dificulta el monitoreo de metas y la evaluación permanente de la gestión.

La escasez de datos recientes dificulta la implementación de modelos de gobierno abierto y restringe las decisiones fundamentadas en evidencia, lo que a su vez frena el avance constante de la administración pública.

1.2. Desarrollo social y local

Diversas experiencias y ópticas, procedentes tanto de académicos como de colectivos sociales, han dado lugar a múltiples enfoques sobre participación pública. El fenómeno ocupa hoy un lugar destacado en debates y propuestas que buscan ampliar los canales de involucramiento ciudadano (Pérez y Guethón, 2020). Originariamente, la participación se limitaba a espacios consultivos; sin embargo, ha evolucionado hacia un proceso que redistribuye poder, reconociendo al individuo no como mero espectador, sino como agente que interviene de forma consciente en la búsqueda de soluciones a las tensiones sociales. En este contexto, se considera que una participación genuina puede sostener un orden más justo y equitativo, en el que cada grupo social tenga voz y capacidad real de decisión (Pérez y Guethón, 2020).

Simultáneamente, la reflexión económica se orienta hacia la sostenibilidad. La innovación social, en este marco, designa la creación y aplicación de soluciones nuevas que abordan necesidades colectivas de forma más eficiente y equitativa (Zanella-Martínez et al., 2020). Tal innovación no siempre ocurre fuera del ámbito empresarial; dentro de las organizaciones y mediante una revisión consciente de sus procedimientos, puede desencadenar cambios que, a su vez, propicien nuevos avances técnicos y organizacionales.

La innovación gestionada desde dentro de la organización refuerza la cultura y el clima laboral, favoreciendo un espacio donde las ideas fluyan y se materialicen. A su vez, la economía social propone un modelo colaborativo en el que los sectores público, privado y comunitario se alinean para lograr un desarrollo menos desigual, con beneficios que alcancen a toda la ciudadanía. Esta visión ha incluido el principio de sostenibilidad de manera explícita, de modo que las empresas sociales, aunque compitan en el mismo escenario que las firmas tradicionales, deben equilibrar su rendimiento financiero con metas ambientales y sociales que legitimen y justifiquen su existencia (Zanella-Martínez et al., 2020).

1.2.1. Comunicación en los gobiernos locales

Los gobiernos locales tienen la responsabilidad de comunicar los avances que se han logrado a través de la gestión, mismos que son socializados en diferentes asambleas, en donde la participación ciudadana es importante, en este sentido la rendición de cuentas es parte de la política de estado. Rísolo (2020) analiza cómo la política ha sido transformada como un fenómeno que ha llevado a muchos estudiosos a centrar su atención en el discurso

político como un factor fundamental. La comunicación política ha pasado a ser un campo interdisciplinario, abordado desde diversas áreas como la sociología, la ciencia política y el marketing, lo que ha generado un vasto campo de estudios que buscan entender las nuevas dinámicas entre los gobernantes y los gobernados.

La comunicación política se ha convertido en un terreno interdisciplinario, estudiado por sociólogos, politólogos y especialistas en marketing, que tratan de desentrañar las nuevas dinámicas entre quienes gobiernan y quienes son gobernados. Rísolo (2020) agrega que, en los últimos años, esta esfera ha cobrado aún más importancia en América Latina, sobre todo desde la llegada de gobiernos progresistas que han reformulado los modos de hacer política y el lenguaje que dirigen a la ciudadanía.

En la actualidad, la comunicación política no puede limitarse a poner sobre la mesa las metas alcanzadas de una administración; debe reservar un espacio para las narrativas culturales que capten la diversidad y los matices de cada comunidad. Cuando un gobierno local documenta de forma continuada las prácticas, saberes y costumbres que coexisten en su territorio, la rendición de cuentas y el llamamiento a la ciudadanía ganan una profundidad insospechada. Al entrelazarse la gestión pública con la identidad cultural, la información deja de ser un monólogo y se convierte en un espejo donde los vecinos pueden reconocerse y sentirse representados. Sin embargo, para que esa conexión entre lo político y lo cultural funcione, las instituciones deben comprometerse, asignar recursos y articular redes efectivas con universidades, medios comunitarios y otros actores que derriben los obstáculos técnicos y logísticos y así cultivar una ciudadanía activa y culturalmente empoderada.

El proceso de producción de materiales culturales auténticos es costoso y laborioso, y ambos factores suelen hacer que las iniciativas queden a medio camino. La escasez de personal especializado, la insuficiencia de equipos actualizados y las dificultades logísticas, sobre todo en áreas remotas, siguen siendo obstáculos que limitan la creación de contenidos representativos de las comunidades. Pese a ello, hay ejemplos alentadores: el programa Costumbres de mi tierra ha publicado 381 reportajes elaborados tras una investigación cuidadosa y ha ayudado a promover la interculturalidad y a conservar la memoria cultural de Cotopaxi. Por otro lado, las alianzas entre universidades y medios locales resultan clave, porque agilizan la producción y la difusión de historias que refuerzan la identidad regional y favorecen el intercambio de saberes entre distintas zonas del país (Bravo et al., 2024).

1.2.2. Comunicación, cultura y cambio social

Incorporar elementos culturales en la administración pública se ha convertido en una estrategia clave para fortalecer la identidad local y otorgar legitimidad a la acción gubernamental. Durrer (2023) muestra que, en la gestión cultural local de Irlanda, las narrativas oficiales vuelven a enmarcar el lugar de maneras que fomentan el sentido de pertenencia y la cohesión social. Esa interpretación se alinea con el argumento de Bromley (2016) de que la política y la práctica administrativa deben leerse como actos culturales, moldeados por normas, símbolos y valores compartidos. Desde esta perspectiva, las agencias

públicas culturalmente afinadas hacen más que asignar recursos; también reconocen, apoyan y elevan los significados sociales ya presentes en sus comunidades.

A nivel social, los gobiernos autónomos todavía deben avanzar hacia una participación ciudadana realmente estructurada y valiosa. Schmidhuber, Piller, Bogers y Hilgers (2019) muestran que las plataformas de gobierno abierto solo se convierten en motores de innovación social cuando su diseño responde a las motivaciones de las comunidades y a una cultura organizacional inclusiva. Christensen, Lægheid y Rykkja (2024) recuerdan que la interacción efectiva no se logra solo con tecnología, sino que depende, sobre todo, de la confianza que la institución inspire y del capital social que ya existe en el barrio. Al considerar esas dimensiones culturales y sociales, los gobiernos locales pueden dejar de ser meros ejecutores de normas y pasar a ser verdaderos facilitadores de la ciudadanía colectiva.

Cuando la comunicación se comprende como parte de la cultura, su eficacia ya no puede separarse de una responsabilidad ética que busque reducir violencias y abrir espacios de justicia social. Esta visión entiende que los discursos no son neutrales; funcionan como puentes entre las identidades y las conductas, y por ello desafían la vieja idea de que un mensaje puede ser puro, frío y objetivo. Frente a esa concepción, una epistemología crítica propone mirar la comunicación desde abajo, cuestionar órdenes verticales y trabajar por un cambio profundo a través de prácticas que dejen hablar a las comunidades (Nos-Aldás et al., 2020). De este modo, comunicar deja de ser solo emitir información y se convierte en un ejercicio de diálogo, equidad y construcción conjunta de justicia, diseñado para frenar las violencias culturales y simbólicas que todavía recorren los discursos públicos.

El capacitar a mujeres empresarias y estudiantes en el uso de las tecnologías digitales y en habilidades profesionales, es importante para empoderarlas como agentes de desarrollo local. A través de un enfoque de aprendizaje transformativo, el proyecto fomenta el emprendimiento y la innovación social con perspectiva de género, adaptados a las necesidades de las comunidades locales. Las tecnologías son herramientas claves para la autonomía económica, contribuyendo al desarrollo sostenible. A nivel educativo, la acción estudiantil es un motor de cambio social, así mismo impulsa la creación de una nueva geografía tecno social, que integra política, cultura y sociedad. A pesar de los avances, el artículo también señala las barreras que enfrentan las mujeres en regiones como el Magreb, especialmente en contextos de crisis económica y pobreza, para acceder a la tecnología. La formación tecnológica y la participación activa son esenciales en el desarrollo local, mostrando cómo las nuevas tecnologías pueden actuar como un motor de transformación social y equidad de género (Benítez, 2024).

1.2.3. Plan de Comunicación

Las entidades públicas y privadas necesitan un plan de comunicación que organice la forma en que comparten información con el resto del mundo. Según Alard y Monfort (2018), este documento funciona como un mapa que ayuda a ordenar y mejorar cada paso que se da al hablar con el público. En él se recopilan normas, metas y tácticas, de modo que se evita la dispersión, se asegura que todos los mensajes sean consistentes, y se pueden seguir y evaluar

las acciones; esta supervisión continua permite hacer correcciones y buscar resultados más altos.

Para Quiñones (2024), contar con cronogramas y acciones bien definidas es especialmente único en la comunicación gubernamental, porque un buen manejo influye directo en la transparencia, la confianza y la eficacia de las oficinas públicas. Al articular mensajes claros hacia los ciudadanos, esa política también une al equipo interno y acelera el momento en que se toman decisiones informadas.

1.3. Comunicación para la participación ciudadana

Las instituciones estatales, en cumplimiento con el mandato constitucional que promueve la transparencia informativa y la participación de la ciudadanía, están obligadas a comunicar de manera abierta sus actividades. Según Téllez Pedraza y su equipo (2021), la transformación global de la comunicación pública ha influido profundamente las normas y el propio funcionamiento gubernamental. Pese a que las gobernaciones están muy presentes en el ecosistema digital, su comunicación pública sigue siendo limitada y formal. El estudio subraya que, para habilitar una verdadera colaboración y empoderamiento de la ciudadanía, las entidades deben explotar plenamente las herramientas digitales que facilitan la interacción directa y horizontal.

Aunque Ecuador ha dado pasos importantes para modernizar su sistema de contratación pública, el fantasma de la corrupción sigue apareciendo con molestia y evidencia que las reformas técnicas requieren un respaldo comunicacional constante si pretenden arraigar una verdadera cultura de transparencia y control ciudadano. En esta perspectiva, la comunicación pública no es un adorno opcional, sino la palanca que hace visibles los trámites, motiva la rendición de cuentas y abre rutas para que cada persona participe de forma real y cotidiana. Como subraya Gudiño (2022), una administración eficiente al servicio de la población no solo sobrevive con controles estrictos, sino que también florece gracias a mensajes claros, accesibles y permanentes que, día tras día, van tejiendo confianza en las instituciones. Cuando esa información circula por canales familiares y comprensibles, la supervisión ciudadana deja de ser una idea lejana y se transforma en el motor que empuja un gobierno más transparente, democrático y verdaderamente comprometido con el bienestar colectivo.

1.3.1. Comunicación como herramienta de participación

En el siglo XXI, la comunicación ya no es una opción; es la base sobre la que se construyen decisiones públicas informadas. Por eso, la gestión estatal hoy debe explicar cada proyecto e involucrar a la ciudadanía en su diseño y seguimiento. Calle y Dávila (2021) van más lejos y, además de lo que sugiere Aguado, piden mecanismos claros que garanticen esa participación activa. En el ámbito municipal, sin embargo, el diagnóstico sigue siendo negativo. Numerosos investigadores coinciden en que la planificación y la organización son deficientes y que las autoridades, obsesionadas con cumplir normas, a menudo omiten medir

su impacto real. Así quedan al descubierto brechas en los espacios donde el público debería intervenir, señalan de nuevo Calle y Dávila (2021).

La puesta en marcha de la administración electrónica, sumada a herramientas avanzadas de análisis de datos, ha empezado a cambiar esta realidad en Ecuador. Gracias a ellas, el Estado ha reducido tiempos de espera, ha recortado costos operativos y ahora ofrece un canal remoto más ágil y menos burocrático entre los ciudadanos y cada entidad pública. Estos logros, tomados de las mejores experiencias del sector privado y ajustados a la realidad pública, muestran un avance hacia una gestión estatal más democrática, descentralizada y ética. En este contexto, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son el motor de la modernización administrativa, otorgando a las instituciones la capacidad de actuar de una forma más eficaz, eficiente y transparente, tal como exige una sociedad que cada día vive más en el mundo digital (Barragán Martínez, 2022).

1.3.2. Comunicación y diálogo social

La implicación de los ciudadanos desempeña un papel crucial en la elaboración de políticas públicas que han mejorado la calidad de vida, dado que el individuo es el actor principal de los procesos que impactan en su ambiente social. Se estudió el involucramiento de los ciudadanos de la ciudad cantonal en el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Cuenca (Ecuador) durante el periodo de 2019-2020. Un análisis sistemático de conceptos clave, combinado con herramientas de investigación aplicadas a funcionarios municipales y líderes comunitarios, ha puesto de manifiesto que, si bien las autoridades locales han puesto en marcha varias iniciativas de participación ciudadana, estas aún no inciden de forma contundente en las decisiones públicas. Aunque se ha intentado abrir espacio a las opiniones ciudadanas en busca de reformas sostenibles, los mecanismos vigentes todavía excluyen de manera continua a amplios segmentos de la población de la gestión diaria. Esta situación revela la distancia que existe entre el marco legal que obliga a rendir cuentas y la verdadera capacidad institucional para convertir esa exigencia en una participación de peso que influya en las decisiones (Calle y Pérez, 2021).

Para lograr consensos que orienten el desarrollo del país se necesita un diálogo social efectivo que reúna a todos los sectores relevantes. Esta conversación se apoya en herramientas metodológicas que fijan indicadores de desempeño, los cuales permiten seguir avances y retos a nivel nacional, mientras un diagnóstico cualitativo identifica factores críticos como eficiencia económica, calidad de la gobernanza y conducta de los actores clave. Adicionalmente, un análisis estratégico seguido de talleres centrados en competitividad busca alinear las metas de cada sector y, de paso, reforzar la colaboración necesaria para llevarlas adelante. Los indicadores de diálogo social, como el compromiso hacia la prosperidad y la estabilidad, son altamente valorados; sin embargo, persisten desafíos como la falta de esquemas institucionalizados para la participación y la ausencia de mecanismos de seguimiento, lo que resalta que se mejore la intervención de la ciudadanía, autonomía institucional y sistemas de monitoreo (Mosqueda Martínez, 2022).

1.3.3. Comunicación y la participación ciudadana

Dentro del marco de los gobiernos autónomos descentralizados (GAD), el estudio de la comunicación institucional se vuelve fundamental para entender hasta qué punto funcionan las prácticas democráticas, los canales de participación ciudadana y los esfuerzos de apertura en administración pública. Una investigación desarrollada como parte del Doctorado en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata analizó las estrategias discursivas y comunicacionales que emplearon los municipios de Berisso, La Plata y Avellaneda en dos ejes centrales: el presupuesto participativo y la seguridad ciudadana, su objetivo fue clasificar los recursos comunicativos usados por el gobierno y por los actores electorales y medir su impacto frente a las necesidades sociales y territoriales durante los ciclos 2011-2015 y 2015-2019. El trabajo halló que, aunque la norma reconozca ambos principios, en la práctica la transparencia y la participación se han convertido, más que reglas, en respuestas retóricas al descontento creciente con los modos clásicos de hacer política (Furnari, 2023).

Esta perspectiva resulta útil al abordar la situación del GAD Parroquial Ángel Pedro Giler, donde según Furnari (2023), se observa que la capacitación ciudadana es escasa y los procesos participativos apenas se comunican. Aunque el derecho al voto se ejerce sin grandes obstáculos, otros recursos como la deliberación comunitaria o la revocatoria de mandato prácticamente no se utilizan. La ausencia de estrategias comunicacionales efectivas del GAD afecta la socialización de la información pública, reduce la transparencia y debilita el control civil. El presente trabajo examina el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial, prestando especial atención a sus canales de comunicación, sus espacios para la ciudadanía y el grado de transparencia que exhibe. En este contexto se sitúa la reciente indagación de Guale-Moreira (2023) sobre el GAD Parroquial Rural de Anconcito, que construyó un modelo cuantitativo correlacional para rastrear la vinculación entre la participación de los vecinos y el presupuesto participativo. Los hallazgos mostraron que una respuesta más activa y constante de la comunidad durante la elaboración del gasto deriva en asignaciones más eficientes, sugiriendo así que estrategias comunicativas bien orientadas pueden reforzar la involucración local.

El análisis cobra relevancia cuando se observa el caso del GAD parroquial Ángel Pedro Giler, donde la capacitación de los habitantes y la socialización de los espacios de participación son casi inexistentes. Aunque el sufragio se ejerce con regularidad, herramientas como la deliberación comunitaria o la solicitud de revocatoria de mandato permanecen prácticamente sin utilizar. Esa inaccesibilidad se vincula a la ausencia de una estrategia comunicacional estructurada, que deja un desfase entre lo que la ley exige en materia de rendición de cuentas y lo que realmente ocurre en la parroquia, limitando así la transparencia y el control social. Recordando las conclusiones de Guale-Moreira (2023), queda claro que la comunicación pública tiene que enfocarse en fortalecer la educación cívica y en difundir activamente los canales participativos si se quiere alcanzar una gobernanza local genuinamente democrática.

1.4. Procesos comunicacionales en los GAD Parroquiales

El GAD Fernández Salvador, situada en la provincia del Carchi, se presenta como un punto clave en la cordillera andina del norte de Ecuador. Su posición entre la cadena occidental y

la central le aporta climas y ecosistemas contrastantes, que van desde microambientes húmedos hasta sectores semihúmedos, condicionando así la riqueza biológica y las alternativas productivas que posee (GAD Parroquial Fernández Salvador, 2021). La comunidad ha sabido capitalizar estas circunstancias, y desde principios del siglo XX cimentó una identidad territorial centrada en la agricultura, el uso sostenible de los recursos y la construcción de aldeas rurales resilientes.

La gestación de la parroquia es una fusión entre la herencia preincaica y las dinámicas agrarias contemporáneas del país. El surgimiento del caserío Manzano, aunado a los hallazgos arqueológicos que hoy se documentan, evidencia una ocupación ancestral que marcó la distribución del suelo y la organización social (GAD Parroquial Fernández Salvador, 2021). Más tarde, la institucionalización parroquial bajo el liderazgo del profesor Segundo Ezequiel Vela supuso un cambio radical, dando forma a un gobierno local que, con las décadas, ha ido ampliando cobertura en servicios, oportunidades de participación y planificación comunitaria.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Fernández Salvador ha diseñado una organización interna que cumple con la ley ecuatoriana y, a la vez, promueve la participación ciudadana, el liderazgo local y la coordinación entre entidades. Al incluir vocales de sectores distintos y contar con un equipo técnico que les asesora, la dirección se aproxima mejor a las demandas propias del territorio. Asimismo, los consejos comunitarios dedicados a salud, medio ambiente y cultura refuerzan esta dinámica, favoreciendo una gobernanza que surge desde las bases (GAD Parroquial Fernández Salvador, 2021). En conjunto, la estructura trata de combinar la eficacia administrativa con la inclusión social y territorial.

Dentro de su agenda de servicios, la Junta Parroquial ha dado prioridad a proyectos que vinculan a la comunidad con el desarrollo sostenible y la inclusión digital. En este contexto, el Infocentro comunitario se presenta como una herramienta esencial para acortar las brechas tecnológicas y ofrecer acceso a las TIC a los grupos más vulnerables. A esa iniciativa se añaden el fomento del turismo comunitario, el apoyo a proyectos agroecológicos y la entrega de trámites administrativos en forma descentralizada. Todas estas acciones se alinean con los principios de sostenibilidad, innovación y responsabilidad social que guían su misión, y proyectan a Fernández Salvador como un referente de desarrollo rural planificado e inclusivo (GAD Parroquial Fernández Salvador, 2021).

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.1. Tipo de investigación

El desarrollo de la presente investigación se enmarcó dentro de un modelo mixto. Dicho modelo de acuerdo con Hernández y Mendoza (2018) “representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, para realizar inferencias y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (pág. 612). Permitió establecer tanto la realidad objetiva como la subjetiva, de la misma forma dar respuesta a un número más amplio de preguntas de investigación, contribuyendo a la toma de decisiones exactas que coadyuban a consecución de los objetivos establecidos.

Esta investigación fusionó componentes de la investigación cuantitativa y cualitativa, usó las ventajas de las dos metodologías para ofrecer un entendimiento integral y estricto del fenómeno que se investigó; de esta forma se determinó la factibilidad del plan estratégico de comunicación como propuesta para el GAD Parroquial Fernández Salvador. Este trabajo también tomó como base la investigación descriptiva, cuyo objetivo fue detallar las características relevantes de la comunicación y su vínculo con individuos, colectivos o comunidades vinculadas al tema de estudio, facilitó el registro de fenómenos o circunstancias sociales con el objetivo de elaborar investigaciones futuras.

Por otro lado, el desarrollo de este estudio se concibió como una investigación de tipo transversal ya que permitió la observación de diversas variables en un solo momento. Por lo tanto, fue imprescindible comparar la información que proporcionaron los distintos participantes o involucrados del GAD Parroquial Fernández Salvador ante la temática de estudio, facilitando de esta forma la comparación simultánea de variables distintas.

2.2. Técnicas e instrumentos de investigación

El presente informe se fundamentó en la investigación de campo, puesto que se basó en hechos reales, por tanto, fue necesario desarrollar una técnica o estrategia de observación que permitió analizar y levantar información en el lugar de los acontecimientos, es decir en la GAD Parroquial Fernández Salvador y sus comunidades; estos instrumentos y técnicas de investigación fueron acorde a la consecución de los objetivos planteados para la investigación.

Para la obtención de los resultados determinados en la investigación se trabajó en dos fuentes de información como son: la presidenta del GAD Parroquial Fernández Salvador y dos vocales para la realización de las entrevistas y, por otro lado, los habitantes de la parroquia y sus comunidades para la realización de las encuestas que permitieron trabajar con una muestra necesaria acorde a la investigación estipulada.

2.2.1. Técnica de Encuesta

Para López y Fachelli (2021) “se describe como una metodología de recolección de datos mediante un cuestionario de preguntas a los participantes, cuyo objetivo es obtener de forma sistemática resultados o medidas sobre los conceptos que surgen de una problemática de investigación previamente establecida” (pág. 9). La encuesta como método cuantitativo empleó un conjunto de herramientas estandarizadas que permitió recopilar y analizar una serie de datos de una población específica a investigar.

En el presente estudio esta técnica se aplicó en la población de la parroquia Fernández Salvador como cabecera parroquial y sus comunidades como son: San Francisco de la Línea Roja y El Tambo; el instrumento aplicado constó de 9 preguntas cerradas de opción múltiple y 1 pregunta abierta de criterio personal dando un total de 10 preguntas a la población.

2.2.2. Técnica de Entrevista

Canales (2018) define a la entrevista como “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto” (pág. 163). Es concebida como un diálogo cuyo objetivo principal fue conocer opiniones, criterios e intercambio de ideas con las personas invitadas para dicho propósito, esta dinámica de ideas u opiniones se formuló mediante una conversación que se originó entre el entrevistador y el entrevistado.

En el presente estudio esta técnica se formuló a la presidenta y dos vocales del GAD Parroquial Fernández Salvador, el cuestionario constó de 11 preguntas para la presidenta del cabildo ya que se abordó temas relacionados a la institución, como la administración, presupuestos, profesionales del área, procesos comunicacionales, y el plan de comunicación planteado para el presente estudio. A los vocales del GAD se formuló una entrevista de 5 preguntas de manera puntual con temas que marcaron la misma tendencia y aportan como sustento para los procesos comunicacionales, así como también al plan de comunicación que fue en relación con la propuesta central.

2.2.3. Técnica de Observación

La observación de acuerdo con Guber (2022), consistió en examinar de manera metódica la población a analizar desde el interior; no como observador ya que “la participación” pone atención en la vivencia del investigador, centrado su objetivo en “estar dentro” de la población que se está estudiando. Este instrumento permitió seleccionar información de manera objetiva, se centró en investigar necesidades específicas y comportamientos de un grupo determinado.

En el presente trabajo esta técnica se aplicó a través de una matriz de observación en las oficinas del GAD Parroquial Fernández Salvador con la finalidad de recabar información en cuanto a:

- Redes sociales del GAD, contenido y publicaciones.
- Página web institucional, contenido y sus actualizaciones pertinentes.
- Conocimiento de flujos de comunicación interna y externa
- Existencia de un profesional de la comunicación que lidere esta área y las diferentes actividades de trabajo.

2.3 Preguntas de investigación y/o hipótesis

¿De qué manera los procesos comunicacionales inciden en la difusión y reconocimiento social del GAD Parroquial Fernández Salvador?

¿Cómo las redes sociales influyen en la interrelación con los públicos y el fomento de los ecosistemas digitales?

¿Qué características debe cumplir un equipo de comunicación, para el trabajo en el desarrollo de los procesos comunicacionales y cómo aportaría un plan estratégico de comunicación para la difusión de la imagen institucional?

2.3. Matriz de operacionalización de variables o matriz diagnóstica

Tabla 1

Matriz Diagnóstica de Objetivos

Objetivos	Instrumento	Variable
<p>O. General:</p> <p>Analizar la influencia de los procesos de comunicación del GAD. Parroquial Fernández Salvador, del cantón Montufar en la provincia del Carchi, para el desarrollo, difusión y reconocimiento social y local.</p>	Entrevista	Influencia de los procesos comunicacionales
<p>O. Específico 1:</p> <p>Identificar la estructura de los procesos de comunicación interna y externa que desarrolla el GAD. Parroquial Fernández Salvador.</p>	Observación	Procesos de comunicación interna y externa

O. Específico 2:	Encuesta	Herramientas comunicacionales internas y externas
Determinar el impacto de las herramientas comunicacionales que utiliza por GAD. Parroquial Fernández Salvador en la difusión y socialización de la información.		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2
Matriz Diagnóstica de Variables – Entrevista

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
		Políticas de acción y comunicación	1.- ¿Por qué es importante la comunicación interna y externa dentro de las políticas de acción del GAD Parroquial Fernández Salvador?
	Social	Procesos de comunicación y ciudadanía	2.- ¿Considera usted que el GAD Parroquial maneja de manera adecuada los procesos de comunicación interna y externa?
		Herramientas de Comunicación e información	3.- ¿Qué herramientas de comunicación interna utiliza el GAD Parroquial Fernández Salvador para mantener informado a los funcionarios de las actividades institucionales?
		Procesos de comunicación y ciudadanía	4.- ¿Cuáles son los procesos comunicacionales que utiliza para informar a la ciudadanía sobre la gestión administrativa y

	Social - Comunicativa		de obras que ejecuta el GAD Parroquial Fernández Salvador?
		Socialización de proyectos	5.- Usted como autoridad o funcionario, ¿Qué medio utiliza para la socialización de proyectos y avances de obra, en el GAD Parroquial Fernández Salvador?
		Herramientas de comunicación y socialización	6.- ¿Qué herramientas de comunicación utiliza para dar a conocer la gestión administrativa del GAD Parroquial Fernández Salvador?
Influencia de los procesos comunicacionales			
	Económica - Presupuestaria	Presupuesto e inversión	7.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con una partida presupuestaria para la inversión en comunicación y publicidad?
		Equipo de comunicación institucional	8.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un equipo profesional para el manejo de redes sociales y la página web institucional?
		Comunicación y confianza institucional	9.- ¿Considera usted que la imagen institucional que proyecta el GAD tiene una aceptación positiva en la ciudadanía?
	Comunicativa	Equipo de comunicación y difusión	10.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un equipo de comunicación, que trabaje en la difusión de obras y gestión administrativa?

Instrumento de comunicación y planificación

11.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un plan de comunicación que incluya estrategias y directrices para la difusión y promoción de la gestión institucional?

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Matriz Diagnóstica de Variables - Observación

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Procesos Comunicacionales		Redes Sociales Institucionales	¿Cuenta con redes sociales el GAD Parroquial? ¿El contenido que se maneja en redes sociales es relevante?
		Plataforma de Comunicación	¿Cuenta con Página Web Institucional el GAD Parroquial? ¿El contenido que se publica en la Página Web Institucional es relevante?
		Página Web Institucional	
		Profesionales de la Comunicación	¿Existe un responsable de comunicación que lidere el área de comunicación?

Estructura comunicacional interna	Flujos de Comunicación Interna	de	¿Los funcionarios del GAD Parroquial conocen los flujos de comunicación interna y externa?
			¿Qué redes sociales maneja el GAD Parroquial?
Plataforma de Comunicación	Redes Sociales Institucionales		¿La actualización del contenido en redes sociales es?
	Página Institucional	Web	¿La actualización del contenido en la Página Web Institucional es?

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

Matriz Diagnóstica de Variables – Encuesta

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
		Socialización y comunicación	1.- ¿Considera usted que el GAD Parroquial Fernández Salvador mantiene una buena comunicación con la ciudadanía?
		Socialización y aceptación	2.- ¿Cómo valora usted la comunicación existente entre la autoridad del GAD Parroquial y ciudadanía?
			3.- ¿Ha visitado la página web institucional del GAD

Comunicativa	Socialización y conocimiento	Parroquial Salvador?	Fernández
	Conocimiento	4.- ¿Con qué frecuencia utiliza la página web institucional del GAD Parroquial Fernández Salvador para obtener información o realizar trámites digitales?	
	Comunicación y aceptación	5.- ¿Cuál es la evaluación de la imagen institucional del GAD Parroquial Fernández Salvador?	
	Comunicación y aceptación	6.- Seleccione el medio a través del cual usted se informa del avance de la gestión institucional, obras o proyectos que ejecuta el GAD Parroquial Fernández Salvador.	
Social Comunicativa	- Socialización y difusión	7.- Seleccione el medio de comunicación que considera ideal, para la difusión de obras y avance de proyectos del GAD Parroquial Fernández Salvador.	
Información pública	Accesibilidad	8.- ¿Considera Usted que la información pública del GAD Parroquial Fernández Salvador es de libre acceso a la ciudadanía?	

Herramientas comunicacionales	Participación Ciudadana	9.- ¿Con qué frecuencia acude usted a las asambleas convocadas por la autoridad del GAD Parroquial Fernández Salvador?
Socialización	Participación y comunicación	10.- ¿Considera usted importante la participación ciudadana en la toma de decisiones de GAD Parroquial Fernández Salvador?

Fuente: Elaboración propia

2.4. Población y Muestra

Para fundamentar la población y muestra de estudio de este trabajo investigativo se tomó como referencia el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT del GAD. Parroquial Fernández Salvador. Dicho estudio se basó en la Población Económicamente Activa - PEA de la parroquia Fernández Salvador, tomando en cuenta a personas de entre 16 y 64 años, mismas que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos establece como PEA.

El valor de estudio es de 789 personas, lo cual se distribuyó en la cabecera cantonal 397 habitantes, seguido de la comunidad San Francisco de la Línea Roja 286 y finalmente la comunidad del Tambo con 106 habitantes.

Remplazada la fórmula se presenta los siguientes datos:

Fórmula Utilizada

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

- N = 789

Representa al tamaño de la población de estudio

- Z = 1.96

El valor de Z se obtiene a partir del nivel de confianza

- p = 0.5

El valor de P se sugiere ser asumido con 0,5 (genera la máxima variabilidad)

- $e = 0.05$

El valor de E al error de estimación que puede ser de 1% o 5%.

Sustituyendo los valores:

$$n = \frac{789 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{0.05^2 \cdot (789 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$
$$n = \frac{757.689}{2.9304} \approx 258.55$$

Tamaño de la muestra es **259**

2.5. Procedimientos

Los procedimientos utilizados en el presente trabajo académico se tomaron como referencia el uso de información y los datos obtenidos mediante la aplicación de las herramientas de investigación, los mismos permitieron tomar decisiones significativas basadas en las opiniones y comportamientos de las personas que son parte del grupo objetivo de investigación.

2.5.1. Técnica de Encuesta

En primera instancia tomando como base los datos de la Población Económicamente Activa de acuerdo con el PDOT del GAD Parroquial Fernández Salvador, se procedió al cálculo de la población y muestra para la investigación prevista. Con la aprobación pertinente se procedió a la elaboración y revisión del cuestionario de preguntas, el mismo luego de la aprobación necesaria se planificó la ejecución pertinente en la población seleccionada.

Previa planificación y coordinación con las autoridades y funcionarios del GAD Fernández Salvador, se procedió a la visita en la fecha establecida a las dependencias de la institución, con la finalidad de aplicar las 259 encuestas a la población de acuerdo el cálculo de la población y muestra aprobada.

Cabe mencionar que dicho cuestionario se aplicó en tres formas diferentes, las cuáles se establecieron de la siguiente manera:

- Visita y encuesta puerta a puerta a la población de Fernández Salvador y sus comunidades como son San Francisco de la Línea Roja y el Tambo.
- Encuesta proporcionada vía Google Forms en los chats de WhatsApp que maneja el GAD, con la coloración de la señorita secretaria de la institución.
- Formulación de encuestas vía telefónica a un grupo de la población seleccionada, en coordinación de la señorita secretaria de la institución.

De esta forma se cumplió con la cantidad prevista de encuestas en la población del GAD Parroquial Fernández Salvador, posterior a eso y con los datos obtenidos en su totalidad se procedió la tabulación y sistematización de la información en la herramienta ofimática de Excel.

2.5.2. Técnica de Entrevista

En cuanto a las entrevistas ejecutadas y tomando como base la información proporcionada por la presidenta del GAD Parroquial Fernández Salvador, se procedió a la elaboración y revisión del cuestionario de preguntas para la formulación a las autoridades de la institución, luego de la aprobación y estructuración pertinente.

Previa planificación y coordinación con la primera autoridad y la secretaria del GAD Parroquial Fernández Salvador, se procedió a la visita de las dependencias de la institución, con la finalidad de ejecutar el cuestionario de entrevista tanto a la señora presidenta como a dos vocales de la institución, la misma se desarrolló de forma presencial en las oficinas del GAD y grabada en video como soporte.

Es necesario mencionar que el cuestionario planteado constó de 10 preguntas para la primera autoridad y 5 preguntas para dos vocales de la institución, los cuales luego del respaldo pertinente se procede a transcribir las respuestas y la elaboración de la matriz necesaria.

2.5.3. Técnica de Observación

Tomando como base la información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT proporcionado por la secretaria del GAD, se estructuró y elaboró la ficha de observación; posterior a la revisión y aprobación, se planificó la visita de observación pertinente en la institución.

Previa coordinación con la señorita secretaria del GAD se visitó las dependencias de la institución, con la finalidad de levantar la información de acuerdo con lo previsto en la ficha de observación; con los datos proporcionados por la funcionaria del GAD y la verificación pertinente, se transcribió de forma manual la matriz con la información recolectada, para la posterior presentación en el documento o informe final del trabajo.

Se elaboró una matriz de observación estructurada que abarcó indicadores fundamentales de gestión comunicativa, el instrumento constó de nueve ítems agrupados en tres bloques: uso de redes sociales, relevancia y actualidad del contenido, y manejo del área de comunicación. Cada ítem se calificó con una escala dicotómica (Sí/No) y se agregó un espacio para notas cualitativas donde se consignaron datos sobre presencia, funcionalidad, pertinencia y frecuencia de las herramientas utilizadas. Adicionalmente, una sección específica enumeró las redes activas y con qué regularidad se publica, lo que brindó un panorama completo de la comunicación digital e institucional.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente capítulo trata del estudio, tabulación y sistematización de resultados obtenidos previo a la aplicación de los instrumentos de investigación como son encuestas, entrevistas y ficha de observación. De acuerdo con la planificación las entrevistas se desarrollaron en las oficinas de la institución con la presencia de la presidenta y dos vocales del GAD. Parroquial Fernández Salvador, por su parte la ficha de observación se efectuó en las oficinas de la institución y finalmente las encuestas se ejecutaron en los barrios de Fernández Salvador y las comunidades como San Francisco de la Línea Roja y el Tambo.

3.1. Resultados

3.1.1. Análisis de Resultados - Instrumento de Entrevista 1

Tabla 5

Matriz de respuestas entrevista – Presidenta

Pregunta	Respuesta presidenta
1.- ¿Por qué es importante la comunicación interna y externa dentro de las políticas de acción del GAD Parroquial Fernández Salvador?	Principalmente nos comunicamos a través del WhatsApp tanto interna como externa, por lo general tratamos de informar en las reuniones de la comunidad, procuramos siempre estar informando a la gente.
2.- ¿Considera usted que el GAD Parroquial maneja de manera adecuada los procesos de comunicación interna y externa?	No se hace de forma adecuada, considero que el uso del WhatsApp y las reuniones es oportuno y eficiente, pero sería oportuno usar y mejor las redes sociales.
3.- ¿Qué herramientas de comunicación interna utiliza el GAD Parroquial Fernández Salvador para mantener informado a los funcionarios de las actividades institucionales?	Nuestra única forma de comunicación es el WhatsApp, no tenemos comunicación por medios oficiales.

4.- ¿Cuáles son los procesos comunicacionales que utiliza para informar a la ciudadanía sobre la gestión administrativa y de obras que ejecuta el GAD Parroquial Fernández Salvador?

La verdad no tenemos procesos comunicacionales, es muy poco el uso de la página de Facebook.

5.- Usted como autoridad o funcionario, ¿Qué medio utiliza para la socialización de proyectos y avances de obra en el GAD Parroquial Fernández Salvador?

Lo única forma es participar en reuniones con la ciudadanía.

6.- ¿Qué herramientas de comunicación utiliza para dar a conocer la gestión administrativa del GAD Parroquial Fernández Salvador?

De igual manera participar en asambleas.

7.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con una partida presupuestaria para la inversión en comunicación y publicidad?

Lamentablemente no tenemos partida presupuestaria, es un rubro muy pequeño que contamos para el mantenimiento de la página web.

8.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un equipo profesional para el manejo de redes sociales y la página web institucional?

No tenemos personal para el área de comunicación, que este enfocado en realizar videos y fotografías de respaldo para publicar en Facebook, no tenemos bases para poder informar.

9.- ¿Considera usted que la imagen institucional que proyecta el GAD tiene una aceptación positiva en la ciudadanía?

Creo es más o menos aceptable; en las comunidades tenemos una buena acogida, en una escala del 1 al 10 yo le pongo un 6.

10.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un equipo de comunicación, que trabaje en la difusión de obras y gestión administrativa?

Lamentablemente no y ese es un gran problema, porque no tenemos el personal que se encargue de realizar videos o captar fotografías en los diferentes eventos.

11.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un plan de comunicación que incluya estrategias y directrices para la difusión y promoción de la gestión institucional? No y la verdad no lo hemos pensado, pero sería bueno poder hacerlo, son herramientas que nos pueden servir.

Fuente: Elaboración propia

Los conceptos obtenidos a través de la entrevista realizada a la presidenta del GAD. Parroquial Fernández Salvador son primordiales, desde ahí marca la ruta y referencias para la consecución de esta investigación; es necesario resaltar la fluidez y el dinamismo que se presenta esta entrevista. Sin duda que los procesos comunicacionales en el GAD no se desarrollan de forma idónea de acuerdo con las diferentes aseveraciones de la autoridad.

En primera instancia la principal forma de comunicación es a través de chats de WhatsApp, a lo que considera la forma más oportuna y eficiente; por otro lado, la presidenta es muy clara en manifestar que no desarrollan procesos comunicacionales, además en lo referente al uso de redes sociales como Facebook es muy poco utilizada, considera también que la principal forma para dar a conocer su gestión y avances de proyectos es a través de la participación en asambleas y reuniones de la parroquia.

Por otra parte, es importante puntualizar que, por afirmación de la presidenta del GAD, la institución no cuenta con equipo de comunicación y el presupuesto para trabajar en esa área es limitado; por tanto, dificulta pensar en la difusión de la gestión institucional. Esto determina que por falta de recursos y de conocimientos en el área de comunicación, no se han desarrollado procesos comunicacionales acordes a la nueva tendencia.

3.1.2. Análisis de Resultados - Instrumento de Entrevista 2

Este instrumento se aplicó en las oficinas del GAD al señor Segundo Cuasquer Quintanchala y la señora María Cristina Arévalo, vocales del GAD. Parroquial Fernández Salvador.

Tabla 6

Matriz de respuestas entrevista – Vocales

Preguntas	Respuesta Vocal 1	Respuesta Vocal 2
	Segundo Cuasquer	María Cristina Arévalo
1.- ¿Por qué es importante la comunicación interna y externa dentro de las políticas de acción del GAD	La importancia social de la comunicación está dirigida a	Es importante y necesario es que la gente este comunicada, este informada

Parroquial Salvador?	Fernández	la población; todo lo que se hace, se está comunicando.	de lo que se está realizando como GAD Parroquial.
2.- ¿Considera usted que el GAD Parroquial maneja de manera adecuada los procesos de comunicación interna y externa?		Si, se está manejando tanto interna como externa; mediante reuniones, diálogos. En redes sociales se da a conocer lo que se está trabajado.	Necesitamos un cambio, mejorar la comunicación, es necesario manejar de mejor manera las redes sociales con información tanto para la web y redes sociales
3.- ¿Considera usted que la imagen institucional que proyecta el GAD tiene una aceptación positiva en la ciudadanía?		Tenemos una buena aceptación por parte de la población, por lo cual consideramos que vamos por el camino correcto, con un trabajo equilibrado.	Poseemos un escudo y un logotipo, pero es necesario trabajar en repotenciar la imagen institucional.
4.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un equipo de comunicación, que trabaje en la difusión de obras y gestión administrativa?		En el GAD no poseemos equipo de comunicación, la difusión la hacemos a través de informes, ahí damos a conocer lo que se está trabajando.	No tenemos equipo de comunicación, la secretaria se encarga de recopilar fotografías para respaldo e informes del GAD, más no para publicar en redes.
5.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un plan de comunicación que incluya estrategias y directrices para la difusión y promoción de la gestión institucional?		Un plan de comunicación no tenemos, poseemos la página web que por este medio se puede difundir información de las parroquias.	No contamos, considero que en comunicación y publicidad no estamos bien, nos falta mucho por trabajar; la población se entera de lo realizado por los grupos de WhatsApp

Fuente: Elaboración propia

Las afirmaciones por parte de los vocales del GAD, se evidencia que mantienen la misma dinámica, consideran que la importancia social de la comunicación está en la población, reflexionan que la gente debe estar informada y comunicada por ello manifiestan que deben manejar de mejor manera las redes sociales institucionales; para ello es significativo estar acorde al avance de la tecnología y los ecosistemas de información.

Siguiendo la línea de la primera autoridad concuerdan que no cuentan con un equipo de comunicación y por ende con un plan de comunicación, a lo cual aseveran no estar acorde en temas de comunicación y publicidad. De la misma forma detallan que la secretaria de la institución se encarga de recopilar fotos e información para la elaboración de los diferentes informes, mas no para la publicación en redes sociales; claro es necesario considerar que está no es función específica de la funcionaria.

En definitiva, es evidente que no cuentan con una planificación en el desarrollo de procesos comunicacionales que permitan propender a mejorar la gestión administrativa. Importante resaltar que la difusión e interrelación con la población es sinónimo de modernización y cultura organizacional, que garantiza una comunicación afectiva y transparente, por ende, es recomendable repotenciar de mejor forma la imagen institucional.

3.1.3. Análisis de Resultados Instrumento de Observación

Este instrumento se aplicó en las oficinas de GAD. Parroquial Fernández Salvador.

Tabla 7

Matriz de respuestas - Observación

ASPECTOS	SI	NO	Observaciones
1.- ¿Cuenta con redes sociales el GAD Parroquial?	x		Se pueda observar que la institución solo maneja cuenta de Facebook, mas no trabaja en otras redes sociales.
2.- ¿El contenido que se maneja en redes sociales es relevante?	x		Es recomendable actualizar el estilo y la dinámica del contenido y la información.
3.- ¿Cuenta con Página Web Institucional el GAD Parroquial?	x		El estilo de la interfaz en la página web, debe estar actualizada acorde a las nuevas tendencias.
4.- ¿El contenido que se publica en la Página Web Institucional es relevante?	x		La información de la web no está actualizada, es recomendable renovar su contenido continuamente y no esporádicamente.

5.- ¿Existe un jefe de comunicación que lidere el área de comunicación?	x	No se cuenta con un profesional para el área de comunicación, tampoco la institución posee un presupuesto específico para el área.
---	---	--

6.- ¿Los funcionarios del GAD Parroquial conocen los flujos de comunicación interna y externa?	x	La comunicación con los funcionarios del GAD se da a través de chats de WhatsApp y comunicaciones personales.
--	---	---

ASPECTOS	Facebook	Instagram	YouTube	X	OBERVACIONES
7.- ¿Qué redes sociales maneja el GAD Parroquial?	x				El GAD parroquial maneja cuenta de Facebook como perfil personal mas no como Fan Page.

ASPECTOS	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	
8.- ¿La actualización del contenido en redes sociales es?				x	Su actualización es mensual o de acuerdo con eventos institucionales, para lo cual es recomendable mejor en el estilo y el contenido.

9.- ¿La actualización del contenido en la Página Web Institucional es?					La actualización de la web es semestral o anual de acuerdo con periodos oficiales de publicación y para cumplir con el
--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la ficha de observación muestran que el GAD Parroquial Fernández Salvador está presente en Facebook, pero lo hace a través de un perfil personal y no de una Fan Page oficial. Esta elección limita el alcance, las métricas y las herramientas de interacción que esa red social ofrece a las instituciones públicas. Adicionalmente, la falta de cuentas verificadas en plataformas como Instagram y YouTube restringe el público posible y reduce la oportunidad de presentar contenidos en distintos formatos.

Respecto al material que se publica, se notó que carece de una estructura dinámica y no sigue un calendario planificado, lo que hace que la audiencia no lo considere relevante. Las actualizaciones aparecen una vez al mes o solo cuando hay un evento, evidenciando poca constancia en la comunicación. Esta irregularidad puede provocar que la comunidad se sienta desconectada y debilita la imagen del GAD como un organismo cercano y transparente.

La Página Web Institucional está operativa, pero su estética y funcionamiento no corresponden a las pautas digitales vigentes. Por otro lado, el contenido se actualiza de manera semestral o anual, y casi siempre porque toca rendir cuentas o cumplir trámites oficiales, en consecuencia, el portal se siente más como un archivo administrativo que como un canal dinámico donde la comunidad pueda informar, dialogar o participar a diario.

Un hallazgo aún más significativo fue encontrar que el GAD Parroquial carece de un encargado reconocido del área de comunicación, no hay un jefe, tampoco se asigna una partida presupuestaria para esa tarea estratégica. Esa falta de estructura hace imposible elaborar e implementar un plan que atienda la difusión, estimule la participación ciudadana y fortalezca la imagen pública de la administración, y también dificulta responder ágilmente ante emergencias o crisis institucionales.

Se constató que en el GAD no existen canales de comunicación, internos y externos, debidamente institucionalizados, la circulación de información depende, ante todo, de chats de WhatsApp y de contactos personales, lo que afecta la formalidad, la capacidad de seguimiento y la eficiencia del flujo comunicacional. Esta situación hace urgente establecer protocolos, formatos y medios oficiales que ordenen y fortalezcan la comunicación, para mejorar la gestión interna y la relación con la ciudadanía.

Por otro lado, la observación de la página web institucional del GAD Parroquial consideró precisar los siguientes criterios de evaluación:

Responsable. Proveedor Aquadorian Store de Carolina Córdoba

Audiencia. Población comprendida en 20 y 50 años

Actualización. Informes LOTAIP 2023, año 2024 incompleta la actualización.

Contenido. Información un poco ambigua, referente a proyectos y actividades del GAD Parroquial.

Usabilidad. La estructura de la página web es un poco ambigua, tanto en la interfaz como sus elementos visuales. Su diseño no presenta dinamismo y originalidad.

Visualización. El diseño y estructura actual de la web no permite conexión con otros enlaces, su despliegue es permitido desde la mayoría de los navegadores.

Condiciones de uso. El contenido es netamente informativo; no es una web dinámica que permita la interacción con el usuario, tampoco permite vincularse con licencias externas, finalmente los derechos que maneja se reservan para el Gad. Parroquial.

Recursos utilizados. Presupuesto y recursos del GAD. Parroquial Fernández Salvador.

En las dependencias del GAD no existe una cartelera informativa institucional, los funcionarios no conocen de los flujos o procesos de comunicación interna y externa, el medio más recurrente para la interrelación con los funcionarios es el chat de WhatsApp o las comunicaciones personales. Es evidente que como institución no poseen un equipo de comunicación que ejecute un trabajo correlacionado y estructurado de información con la ciudadanía.

3.1.4. Análisis de Resultados Instrumento de Encuesta

Este instrumento se aplicó en la parroquia Fernández Salvador y sus comunidades, San Francisco de la línea Roja y El Tambo

Figura 1

Buena Comunicación

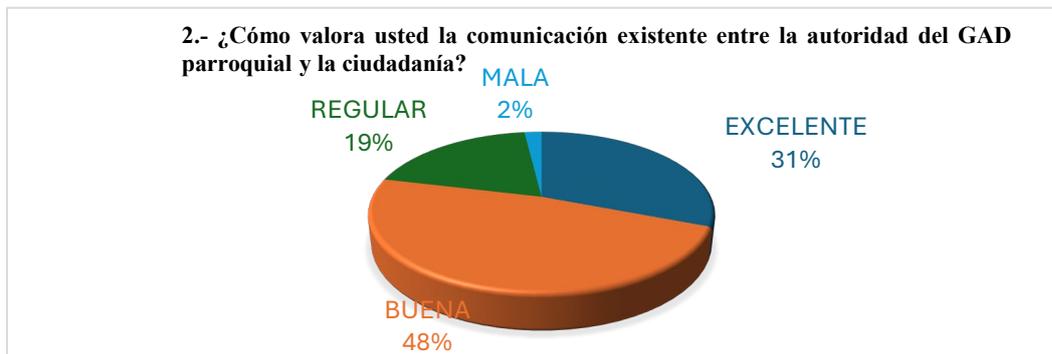


Fuente: Elaboración propia

En el presente análisis y con referencia a la comunicación que mantiene el GAD. Parroquial y la ciudadanía, se puede manifestar que la mayoría de los ciudadanos mencionaron que existe una buena comunicación, esto representa el 69% del total de encuestados, mientras que la minoría representada en un 31% mencionan que no existe una buena comunicación entre el GAD y los ciudadanos. Por tanto, se puede precisar que es una tendencia que marca una gran diferencia porcentual con las personas que expresan un desacuerdo en la comunicación existente.

Figura 2

Valoración de la Comunidad



Fuente: Elaboración propia

Referente a la interpelación por la cual la ciudadanía valora la comunicación existente con la autoridad del GAD Parroquial, se refleja que un mayoritario 48% de los ciudadanos

mencionan que es buena la comunicación, esto simboliza el mayor porcentaje dentro del análisis; por su parte el 31% de los encuestados detalla que es excelente, estos sin duda figuran los porcentajes más altos y que marcan mayor tendencia en el estudio, los otros resultados no representan mayor determinación. Las demás proporciones son casi paralelas donde predomina la valoración regular y un porcentaje relativamente mínimo precisa de mala forma la comunicación existe entre la autoridad y la ciudadanía.

Figura 3

Visita página web



Fuente: Elaboración propia

Respecto a la visita de la página web institucional por parte de la población, se puede evidenciar que el 81% de la ciudadanía no ha visitado la web del GAD. Parroquial; apenas el 19% indican que conocen y frecuentan este medio de información, claramente es una mayoría abrumadora del desconocimiento de dicha herramienta comunicativa. Por consiguiente, estos datos demuestran que no existe una adecuada difusión y uso de la página web institucional, su inexperiencia es mayoritaria con esta parte del público objetivo.

Figura 4

Frecuencia utilización página web

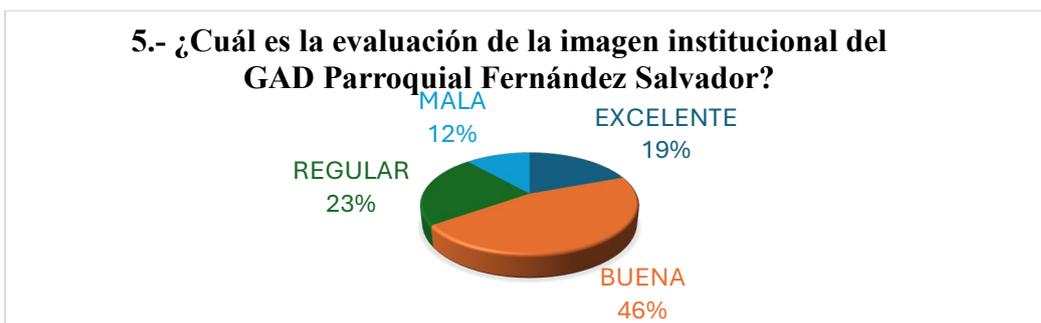


Fuente: Elaboración propia

Acorde a los resultados referentes a la frecuencia de utilización de la página web por parte de la ciudadanía de Fernández Salvador, se puede evidenciar que la mayoría de la localidad no utiliza este instrumento, esto representa el 81 % de los encuestados; mientras que una minoría del 4% ha utilizado esta herramienta tecnológica. Los resultados son claros la población en definitiva no utiliza la web institucional como herramienta de información y comunicación, esto define que en zonas rurales el uso de la tecnología es insuficiente, por consiguiente, este segmento de la población se encuentra en desventaja tecnológica.

Figura 5

Evaluación imagen institucional



Fuente: Elaboración propia

La evaluación de la imagen institucional por parte de la población se detalla que en un 46 % la ciudadanía evalúa de buena manera la imagen que proyecta la institución, mientras que el restante del pastel está dividido en porcentajes casi parejos por lo que el 23 % de los encuestados evalúa de forma regular; por consiguiente, las otras opciones no determinan mayor tendencia y un valor mínimo evalúa de forma negativa la imagen institucional del GAD. Sin duda que la interacción comunicativa entre los actores es fundamental por lo que esta dinámica debe ser permanente, generando un sentido de identidad y pertenencia en los habitantes de Fernández Salvador.

Figura 6

Medios de Información



Fuente: Elaboración propia

En la interpelación referente al medio por el cual la población se informa sobre el avance de gestión, los encuestados en su mayoría representada por el 67 % prefieren a redes sociales como canal de comunicación, seguido como medio de preferencia a la web institucional con un 19%, las otras opciones precisan detalles minoritarios que no determinan en la tendencia marcada, por tanto, no tienen acogida alguna en la difusión. Por consiguiente, es difícil marcar una comparativa con las otras alternativas; en tanto que esta dinámica de redes sociales como medio de información propende a una interacción permanente.

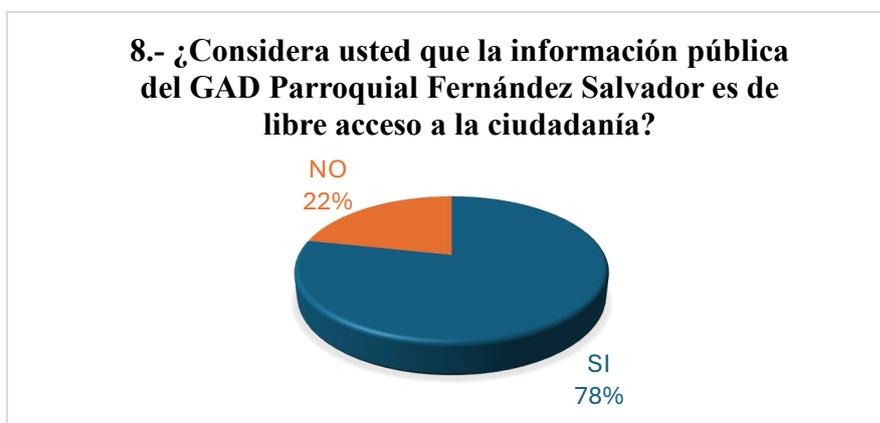
Figura 7
Medios de difusión



Fuente: Elaboración propia

En la dinámica referente al medio ideal que considera la población para la difusión de obras del GAD, en su mayoría los encuestados se decantan por la opción de redes sociales en un 42 %, las alternativas de la web institucional y radio abarcan un porcentaje similar del 19% cada una, los otros mínimos porcentajes no varían en la determinación del medio de difusión. Por consiguiente, la población de Fernández Salvador mantiene como preferencia mayoritaria a redes sociales, esta tendencia satisface a la población y por obliga a las instituciones en repensar y adaptar sus procesos comunicacionales.

Figura 8
Información pública

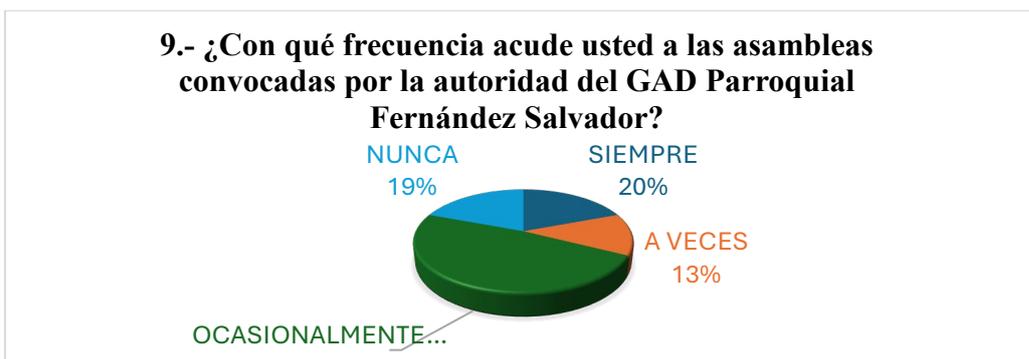


Fuente: Elaboración propia

En el análisis referente a la interrogante del libre acceso para la ciudadanía a la información pública del GAD, se puede evidenciar que en su mayoría es decir un 78 % de los encuestados manifiesta que la información es de libre acceso, mientras que un mínimo 22% advierte que la información no es de libre acceso, sustento que en definitiva marca una tendencia indudable. Esto se traduce que las instituciones deben fortalecer los procesos de comunicación para que la población pueda interactuar de forma dinámica y efectiva, creado un canal de retroalimentación y comunicación personalizada.

Figura 9

Presencia en Asambleas

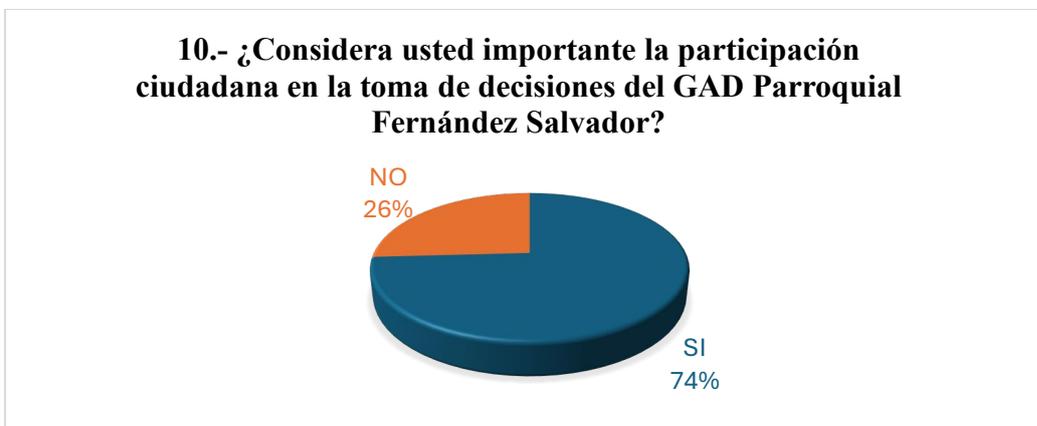


Fuente: Elaboración propia

La participación de la ciudadanía en asambleas es fundamental, por tanto, en lo referente a la frecuencia con que la población acude a las asambleas convocadas por la autoridad del GAD; se evidencia que la mayoría acude de forma ocasional representando el 48 % de los encuestados, por su parte un minoritario 20 % acude siempre a convocatorias de la institución. Por tanto, las otras opciones y porcentajes no son determinantes en la tendencia marcada, por ello es primordial fortalecer la relación entre el gobierno parroquial y ciudadanía con la finalidad de promover la participación ciudadana.

Figura 10

Participación ciudadana



Fuente: Elaboración propia

Para finalizar respecto a la interrogante abierta, sobre la importancia de la participación ciudadana en la toma de decisiones del GAD, la población en su mayoría representada en el 74% de los encuestados considera significativa la participación ciudadana, mientras que un minoritario 26% expresa que no es importante dicha intervención, por consiguiente, es primordial tomar la variedad criterios de la ciudadanía para reflexionar sobre la importancia de la participación; esta generación de diversas opiniones representa la voluntad de los pobladores en ser parte del desarrollo local, además esta cooperación propicia sentar las bases de la participación y los mecanismos de comunicación.

3.2. Discusión

A continuación, se responderá a las preguntas de investigación anteriormente planteadas, cuya información será obtenida de los resultados arrojados por los distintos métodos de recolección de datos empleados en el presente trabajo.

P.1. ¿De qué manera los procesos comunicacionales inciden en la difusión y reconocimiento social del GAD Parroquial Fernández Salvador?

El estudio realizado expone que el proceso de comunicación del GAD Parroquial Fernández Salvador carece, en la práctica, de una hoja de ruta planificada, y por eso sus mensajes no llegan con la fuerza ni la claridad que la propia gestión institucional merece. Según apunta Euroinnova (2024), la comunicación efectiva va mucho más allá de enviar noticias: debe abrir un espacio donde todos los grupos involucrados dialoguen y se conozcan mutuamente. Sin embargo, la observación sistemática puso de manifiesto que la entidad se apoya casi exclusivamente en WhatsApp y en publicaciones ocasionales en Facebook, omitiendo una presencia coherente en otras redes y la rutina de contenido fresco que mantenga a la comunidad informada.

Esta situación impacta directamente la capacidad del GAD de proyectar una imagen fuerte y reconocible ante la ciudadanía. Aunque se han programado reuniones y diálogos comunitarios como intentos de acercamiento, tales actividades resultan escasas en un entorno donde la comunicación institucional necesita ser bidireccional, continua y profesional. La ausencia de un equipo especializado y la falta de un presupuesto específico para comunicación impiden la ejecución de un plan organizado y sostenido en el tiempo, una limitación que incluso reconocieron las autoridades del GAD entrevistadas. Como consecuencia, se debilita la articulación entre la gestión pública y la ciudadanía, afectando tanto la legitimidad de la autoridad como el empoderamiento de los ciudadanos.

En este contexto, la realidad del GAD Fernández Salvador se confronta con datos recientes publicados por la revista Recimundo (2024), que indican que el 86.7 % de los GAD parroquiales rurales de Latacunga que adoptaron tecnologías de la información y la comunicación en su gestión administrativa notaron mejoras marcadas en la comunicación tanto interna como externa. Esta comparación resalta que, mientras otros gobiernos locales han utilizado estas herramientas para consolidar su institucionalidad, Fernández Salvador

aún confía en métodos tradicionales y limitados, una situación que dificulta la construcción de una identidad institucional fuerte y ampliamente reconocida.

La escasa actualización del sitio web oficial, la publicación esporádica de contenidos y la gestión de una cuenta personal de Facebook en lugar de una página institucional limitan la capacidad del GAD para construir una imagen pública sólida y confiable. Como señala la FAO (2019), la comunicación es un recurso central para el desarrollo, ya que involucra a los actores sociales y abre camino al cambio. En este marco, la estrategia comunicativa del GAD debería adoptar un enfoque dialogante y participativo que no solo ofrezca datos, sino que invite a la ciudadanía a intercambiar opiniones y tomar parte en las decisiones públicas, al hacerlo fortalecería su legitimidad y mejoraría la gobernanza local.

Hevia et al. (2019) señalan que los nuevos esquemas de gestión pública en la era digital necesitan facilitar el día a día y garantizar la inclusión, dos aspectos que hoy brillan por su ausencia en el enfoque comunicacional del GAD Fernández Salvador. Esta falta actúa como un obstáculo serio para el posicionamiento institucional, ya que bloquea la posibilidad de crear un lazo transparente y de confianza con la comunidad. La evidencia que se ha reunido muestra que, cuando la comunicación se dirige de manera profesional, ordenada y con un fin claro, se refuerzan tanto la legitimidad de la entidad como el reconocimiento que esta recibe del público.

Se concluye que la comunicación que hoy aplica el GAD Parroquial Fernández Salvador tiene un impacto limitado en la difusión de sus actividades y el reconocimiento público de su gestión. Sin embargo, esa situación puede cambiar si se contrata personal capacitado, se elabora un plan de comunicación institucional coherente con el PDOT, y se aprovechan las tecnologías de la información y la comunicación como puentes prácticos para acercarse a la población. La función comunicativa, en lugar de seguir siendo residual, debería volverse un eje transversal que permita al GAD informar, escuchar y construir un lazo fuerte y continuo con los ciudadanos, sostenido en transparencia, participación e innovación. Los datos recogidos en la ficha de observación ratificaron estas debilidades de manera empírica. De los nueve indicadores revisados, quedó claro que la entidad carece de una estructura comunicacional formal y de pautas editoriales para la divulgación de contenidos. Además, su dependencia casi exclusiva de un perfil personal en Facebook, y no de una página institucional, revela la falta de profesionalización en la administración de esa red.

La escasa frecuencia de actualización, condicionada sobre todo a eventos aislados, y la poca agilidad de los contenidos han dificultado el desarrollo de una narrativa institucional consistente y sostenida. En paralelo, la página web sigue desactualizada y parece más un requerimiento legal que una verdadera herramienta de comunicación. En el ámbito interno, los intercambios informativos avanzan sin protocolos claros, apoyándose casi exclusivamente en el uso informal de WhatsApp o en conversaciones cara a cara, lo que impide dejar constancia. La ausencia de un responsable formal en el área y la asignación ad hoc de tareas, normalmente a personal administrativo sin formación específica en comunicación, revela una gestión precaria que erosiona la imagen pública del GAD y limita su capacidad para dialogar con una ciudadanía cada vez más activa en el entorno digital.

P.2. ¿Cómo las redes sociales influyen en la interrelación con los públicos y el fomento de los ecosistemas digitales?

Las redes sociales se sitúan en el núcleo de la comunicación institucional, brindando a las entidades públicas la oportunidad de forjar lazos estables, horizontales y abiertos con sus audiencias. En este sentido, el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal apunta que esos medios sostienen un diálogo continuo con la ciudadanía, refuerzan el contacto directo con el entorno y abren ventanas para la supervisión, la gestión compartida y la coparticipación. Sin embargo, en el caso del GAD parroquial Fernández Salvador, aunque valora esfuerzos iniciales en Facebook y en una página web muy austera, el impacto permanece restringido, poco deliberado y desprovisto de un plan estratégico claro.

Los datos extraídos de la matriz de observación y de breves sondeos indican que la parroquia depende casi exclusivamente de Facebook, que se renueva apenas una vez al mes y solo para anunciar actividades sueltas. Su sitio web institucional, por su parte, recibe modificaciones únicamente durante los períodos formales de rendición de cuentas. Esta irregularidad y el escaso dinamismo limitan una presencia sólida en la esfera digital, debilitan su capacidad para convocar a la ciudadanía, validar la gestión y fomentar una cultura responsable e inclusiva en el uso de Internet.

La encuesta reveló que el 67% de los ciudadanos prefiere seguir la labor del GAD por redes sociales y que un 42% considera esas plataformas el canal principal para conocer obras y proyectos. Estas cifras indican la existencia de un público numeroso y activo que busca información en el entorno digital. Sin embargo, la entidad aun no renueva sus perfiles ni formula una estrategia que se ajuste al tono y ritmo de esa audiencia. Esa demora provoca un desfase entre las expectativas de conectividad de los residentes y la respuesta reducida que reciben, un vacío que puede debilitar la transparencia, la credibilidad y la eficacia de la gestión pública local.

La revisión planteada muestra que, en la actualidad, el GAD parroquial basa casi por entero su comunicación interna en WhatsApp y conversaciones informales, sin guías claras ni un protocolo instituido, y esta dinámica obstaculiza la coordinación y el seguimiento de los mensajes. Como observa Onda Rural (2024), cuando las Tecnologías de la Información y la Comunicación se incorporan de manera planificada en los gobiernos parroquiales, no solo se agilizan los trámites administrativos, sino que también se impulsan la transparencia, una ciudadanía más activa y, en definitiva, una mejor calidad de vida en el ámbito rural. En este sentido, las redes sociales no deben restringirse a la difusión de boletines, sino ser tratadas como plataformas estratégicas que movilizan ecosistemas digitales, amplían la inclusión y fortalecen la gobernanza. También es urgente generar contenido institucional de calidad: creativo, atractivo, siempre actualizado y ajustado al contexto específico. Sin una guía editorial y un diseño visual pensado para el entorno digital, es muy difícil establecer un verdadero diálogo con los segmentos más dinámicos de la población, especialmente con los jóvenes, que hoy son el público más conectado y demanda formatos interactivos.

Los datos recolectados en la ficha de observación muestran que el GAD Parroquial Fernández Salvador solo cuenta con una cuenta personal de Facebook; no dispone de una fanpage oficial, una ausencia que limita tanto el alcance institucional como la imagen de profesionalismo. La actividad en esa red se reduce a una publicación mensual, a veces interrumpida por eventos ocasionales, y carece de un calendario editorial planificado. La página web institucional también se nutre de contenidos de forma irregular y solo se refresca cada seis meses o un año, cumplido el requisito normativo. No hay un encargado de comunicación ni personal técnico habilitado para manejar la información; las tareas se reparten de manera informal entre los empleados y, por lo general, la secretaria se limita a tomar fotos que rara vez se destinan a la difusión pública. Sumado a esto, los funcionarios no conocen los canales oficiales y eligen recurrir a WhatsApp o conversaciones directas, evidenciando que los procedimientos actuales son improvisados, temporales y poco sostenibles. Durante las entrevistas, incluso las autoridades reconocieron esta debilidad y señalaron que ni el presupuesto ni el personal especializado disponible permiten crear un sistema comunicacional coherente y funcional.

Aunque hoy día las redes sociales ya son parte diaria de la comunicación del GAD parroquial Fernández Salvador, todavía se manejan de forma imprecisa y sin el rigor profesional que merecen. Para corregir esa situación, resulta urgente reunir un equipo especializado en comunicación digital, diseñar un plan de medios institucional claro, probar plataformas emergentes como Instagram, YouTube o TikTok y definir una línea editorial que valore la participación, la transparencia y la responsabilidad social. Solo así se podrá cultivar internamente una cultura que fomente el diálogo genuino, empodere a la ciudadanía y construya confianza en un ecosistema digital inclusivo y sostenible.

P.3. ¿Qué características debe cumplir un equipo de comunicación, para el trabajo en el desarrollo de procesos comunicacionales y cómo aportaría un plan estratégico de comunicación para la difusión de la imagen institucional?

Los hallazgos de esta investigación ponen de manifiesto una debilidad estructural considerable en la gestión de la comunicación del GAD Parroquial Fernández Salvador, debilidad que se origina, entre otras cosas, en la ausencia de un equipo técnico especializado y en la falta de un plan estratégico que guíe la difusión de su imagen institucional. De acuerdo con el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Esmeraldas (2024), toda estrategia comunicacional eficaz depende de un grupo profesional que articule la interacción con diferentes públicos y convierta los objetivos institucionales en mensajes claros, coherentes y sistemáticos. En la misma línea, Quiñónez y Alvarado (2021) subrayan que en el ámbito público el equipo de comunicación debe organizar metodologías que faciliten el flujo de información interna y externa, de manera que la institución pueda influir realmente en las opiniones y comportamientos de la ciudadanía.

En contraste con la tendencia habitual, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Fernández Salvador aún no dispone de un equipo de comunicación formal. Según comentan sus propias autoridades, la tarea de crear y manejar los contenidos recae, de manera informal, en la secretaria, que acumula fotografías más para archivos que para difundir, y en otros

funcionarios que suben materiales a las redes sin haber recibido capacitación específica. Esta forma de trabajar muestra un abordaje improvisado y reactivo que perjudica la imagen institucional y reduce la eficacia de los mensajes dirigidos a la comunidad.

La escasez de fondos específicos para dotar a la entidad de un sistema de comunicación robusto agrava la situación, pues los recursos que ingresan se restringen casi únicamente al mantenimiento básico del portal web. Esta limitación económica repercute de forma visible en la imagen que la comunidad tiene del GAD: los ciudadanos le otorgan un promedio de sólo 6 puntos sobre 10, una calificación que muchos consideran preocupante, dado que el 74 por ciento de los encuestados dijo estar dispuesto a involucrarse en la difusión y en las decisiones del organismo. Este dato coincide con el estudio realizado por la Universidad del Oriente en 2019, que evidenció que una ciudadanía bien informada conoce mejor sus derechos, lo que a su vez refuerza una gobernanza democrática más sólida.

La falta de una estrategia comunicacional limita no sólo el prestigio de la institución, sino también la aceptación y legitimación de su gestión ante la ciudadanía. Gudiño Mena (2022) sostiene que la transparencia y la posibilidad de auditoría ciudadana son pilares de la confianza institucional. Sin un sistema comunicativo abierto, continuo y bidireccional es difícil, por no decir imposible, que se forje un vínculo duradero entre la población y el gobierno. Por eso resulta urgente delinear un plan estratégico que incluya la creación de una unidad técnica, personal especializado, metas claras, calendarios de publicación y mensajes adaptados a cada público y plataforma.

Ese programa no solo facilitaría que las personas participen de forma efectiva en los espacios públicos, sino que también fortalecería la imagen de la institución y cultivaría una cultura interna moderna, centrada en la transparencia, la interacción digital y la identidad del territorio. A la larga, generaría sinergias entre las acciones del GAD y las expectativas de las comunidades, impulsando así una planificación verdaderamente participativa y políticas públicas fundamentadas en el diálogo y la corresponsabilidad social.

Como señala Ladrón (2023), la comunicación pública en el ámbito local no es un detalle de segundo plano, sino el núcleo sobre el que se edifica el avance institucional; un diálogo bien orientado puede unir a las alcaldías con sus ciudadanos y abrir paso a una cultura donde todos participen de forma equitativa y duradera. Con esa mirada, el GAD Fernández Salvador tiene la tarea de actualizar su sistema de comunicación, poniéndolo en sintonía con los principios de buen gobierno y con el compromiso de una comunidad que crece de manera responsable.

CAPÍTULO IV

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

4.1. Descripción de la propuesta

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Fernández Salvador desempeña un papel clave en el desarrollo social, económico y cultural de su territorio. No obstante, a lo largo del diagnóstico comunicacional realizado, se evidenciaron limitaciones en los procesos de comunicación externa e interna, entre ellas: la ausencia de una estrategia institucional, la escasa planificación de contenidos, el uso limitado de canales digitales y tradicionales, y una débil conexión con la ciudadanía Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Fernández Salvador (2021).

Estas debilidades inciden directamente en la efectividad de la gestión pública, la participación ciudadana y la percepción de legitimidad del GAD, afectando la confianza, el control social y la apropiación de las políticas locales por parte de la comunidad.

Frente a este escenario, se propone un Plan de Comunicación Estratégico, diseñado de forma técnica y participativa, como una herramienta de fortalecimiento institucional, transparencia, posicionamiento territorial y empoderamiento ciudadano.

4.2. Objetivo general de la propuesta

Diseñar e implementar un Plan de Comunicación Estratégico para el GAD Parroquial de Fernández Salvador que fortalezca la relación con los públicos internos y externos, mejore los procesos de información, participación e imagen institucional, y contribuya al desarrollo sostenible de la parroquia en coherencia con su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT).

4.3. Objetivos específicos de la propuesta

- Generar productos comunicacionales que acompañen el avance del plan estratégico de comunicación, para informar a nuestros públicos objetivos sobre el trabajo de las autoridades.
- Difundir y socializar por medio de productos comunicacionales información relevante que genera el GAD Parroquial Fernández Salvador.
- Generar actividades que refuercen el trabajo interinstitucional, para mantener el impacto y las relaciones con nuestro público objetivo.

4.4. Características y estructura de la propuesta

Ejes estructurales del plan

La propuesta se estructura en cuatro ejes fundamentales, cada uno con líneas de acción, metas, responsables y medios:

Eje 1: Comunicación externa institucional

- Mejorar la visibilidad de la gestión del GAD mediante campañas informativas permanentes.
- Fortalecer los canales oficiales (redes sociales, perifoneo, carteleras, página web).
- Crear contenido claro, accesible, relevante y adaptado a los distintos públicos (jóvenes, adultos mayores, líderes comunitarios, sectores productivos).

Eje 2: Comunicación interna organizacional

- Establecer protocolos de información interna entre autoridades, técnicos y personal de apoyo.
- Fomentar un flujo comunicacional bidireccional que fortalezca el trabajo en equipo y la toma de decisiones.
- Implementar herramientas de coordinación interna (grupos institucionales, correo, informes, boletines).

Eje 3: Participación y retroalimentación ciudadana

- Establecer mecanismos efectivos de consulta y participación comunitaria (asambleas, buzones, encuestas).
- Desarrollar actividades presenciales y virtuales para recoger percepciones, sugerencias y opiniones.
- Garantizar la transparencia en el uso de recursos y avances de proyectos mediante la socialización constante.

Eje 4: Posicionamiento e identidad institucional

- Rediseñar la imagen visual del GAD parroquial (línea gráfica, logo, eslogan, papelería).
- Promover los valores institucionales: transparencia, inclusión, sostenibilidad y compromiso social.
- Generar una identidad comunicacional coherente en todos los productos y canales utilizados.

4.5 Herramientas comunicacionales de la propuesta

- Redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, YouTube).
- Página web del GAD con secciones informativas dinámicas.

- Carteleras informativas comunitarias.
- Boletines digitales e impresos mensuales.
- Perifoneo móvil en comunidades rurales.
- Producción de videos y cápsulas testimoniales.
- Activaciones comunitarias (ferias, talleres, cabildos).

4.5. Metodología de implementación

La propuesta se desarrollará en tres fases:

Fase 1: Diagnóstico y planificación

- Sistematización de resultados diagnósticos.
- Aprobación institucional del plan.
- Asignación de recursos y responsables.

Fase 2: Ejecución táctica

- Producción de contenidos.
- Activación de medios y herramientas.
- Coordinación interinstitucional y comunitaria.

Fase 3: Seguimiento y evaluación

- Uso de indicadores de comunicación (alcance, interacción, percepción, participación).
- Informes semestrales de avance.
- Ajustes y mejoras continuas.

4.6. Resultados esperados

- Incremento de la participación ciudadana en procesos del GAD.
- Mejora en la percepción de transparencia y legitimidad institucional.
- Mayor conocimiento de la gestión parroquial por parte de la comunidad.
- Fortalecimiento de la identidad visual y posicionamiento del GAD a nivel local y provincial.

- Consolidación de una cultura comunicacional dentro del GAD parroquial.

4.7. Beneficiarios

Los principales beneficiarios del presente plan estratégico de comunicación son: el GAD parroquial Fernández Salvador, sus autoridades y funcionarios de la institución, la comunidad en general. Sin duda que este plan ayuda a mejorar y posicionar la imagen institucional, la eficiencia de los procesos, las relaciones y el impacto positivo con medios de comunicación y los grupos objetivos de la población.

Estos aspectos permiten una mejor coherencia y enfoque comunicacional, de la misma forma motivación, compromiso y eficiencia en los públicos internos y finalmente crear confianza y compromiso por parte de la comunidad en general.

4.8. Enlace del Plan Estratégico de Comunicación del Gad Parroquial Fernández Salvador.

https://drive.google.com/drive/folders/1FjLrYvgmZQqvEGoVV4smE-1n49gwJx7?usp=drive_link



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En base al diagnóstico realizado en el GAD Parroquial Fernández Salvador, se puede evidenciar que los procesos comunicacionales desarrollados por la institución carecen de una comunicación efectiva tanto con los públicos internos como externos, además la interacción con la ciudadanía no es la adecuada ya que dentro de las estrategias comunicativas se puede identificar el desconocimiento de procesos básicos como emisor, mensaje y receptor esto sin duda permite caer en la improvisación de los procesos.

La falta de información y difusión dentro del GAD Parroquial es evidente, la institución no cuenta con una cartelera institucional por lo tanto se desconoce de políticas de desarrollo y participación ciudadana; es necesario una crear espacios de información para los funcionarios del GAD y para la ciudadana donde se promocióne y difunda actividades realizadas por las autoridades de la parroquia.

Hay que precisar también que el GAD. Parroquial no cuenta con un presupuesto y profesionales en el área de comunicación; el rubro económico que cuenta la institución para el mantenimiento de la web es limitado, por lo cual se torna difícil tener un respaldo o archivos de información para difundir o promocionar acerca del avance de proyectos y obras por las autoridades de la actual administración. La falta de recursos no solo afecta la posibilidad de actualizar o expandir la infraestructura tecnológica, también determina áreas que requieren atención, esto sin duda no permite la efectividad en los procesos comunicacionales que requieren una planificación y estructuración.

Es fundamental que los objetivos institucionales se alineen a los llamados medios de difusión o redes de información que generen transmisión de ideas claras y asertivas, que permitan una comunicación sin restricción alguna, garantizando la eficacia y aceptación de los mensajes institucionales a la vez se constituye en oportunidad de interacción con los públicos o grupos sociales. En torno a la comunicación simultánea, es necesario diseñar y ejecutar un plan de comunicación que permita planificar y estructurar procesos comunicacionales, además de establecer contenido, presentación y difusión de información para cada una de las estrategias planteadas.

5.2. Recomendaciones

Con la finalidad de mejorar los procesos comunicacionales en el GAD Parroquial Fernández Salvador, es necesario diseñar y ejecutar un sistema de estrategias de comunicación que permita posicionar la imagen y la gestión desarrollada por la actual administración de la institución; para ellos es necesario el trabajo eficaz en redes sociales y ecosistemas web acorde a las nuevas tendencias, de la misma forma desarrollar comunicación alternativa como perifoneo, hojas volantes entre otros.

Es oportuno y necesario crear la unidad de comunicación dentro del GAD Parroquial con profesionales capacitados que gestionen técnicamente los procesos y la implementación de herramientas comunicacionales; por tanto, es necesario establecer un presupuesto anual para el adecuado funcionamiento de la unidad creada.

Con la finalidad de garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados, en el plan estratégico de comunicación del GAD parroquial Fernández Salvador, es recomendable trabajar en lineamientos metodológicos que permitan la generación de información y nuevos productos comunicacionales, que propenda a mejorar la reputación, es decir instituir un vínculo significativo con la ciudadanía.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aira Foix, T., Curto Gordo, V., Escalona Nicolás, N., y Rom Rodríguez, J. (2019). La comunicación de las instituciones públicas. Barcelona. FUOC. https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147157/3/ComunicacionPoliticaYDeInstitucionesPublicas_Modulo3_LaComunicacionDeLasInstituciones%20Publicas.pdf
- Alard, J., y Monfort, A. (2018). *Plan de comunicación on y off en la práctica*. Alpha Editorial. https://www.google.com.ec/books/edition/Plan_de_comunicaci%C3%B3n_on_y_off_en_la_pr/laFxEAAAQBAJ?hl=esygbpv=1ydq=Un+plan+de+comunicaci%C3%B3nyypg=PA19yprintsec=frontcover
- Alonso, M. M., y Saladrigas Medina, H. (2023). *Teoría de la comunicación. Una introducción a su estudio*. https://www.researchgate.net/publication/375096429_Teoria_de_la_Comunicacion_Una_Introduccion_a_su_estudio
- Barragán Martínez, X. (2022). Posmodernidad, gestión pública y tecnologías de la información y comunicación en la Administración pública de Ecuador. Estado y comunes, revista de políticas y problemas públicos, 1(14), 113-131. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v1.n14.2022.244
- Benítez, L. (2024). Comunicación para el cambio social: Avances en género, tecnología e innovación social (Marruecos y Túnez) | MEDIACIONES. <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/med/article/view/3744>
- Blanco, V. S. (2023). *Teorías de la comunicación y el poder: Opinión pública y pseudocracia*. Ediciones AKAL. https://www.google.com.ec/books/edition/Teor%C3%ADas_de_la_comunicaci%C3%B3n_y_el_poder/zQDFEAAAQBAJ?hl=esygbpv=1ydq=Las+teor%C3%ADas+de+la+comunicaci%C3%B3nyprintsec=frontcover
- Bromley, P. (2016). Policy and administration as culture. En K. Mundy, A. Green, B. Lingard & A. Verger (Eds.), *The handbook of global education policy* (pp. 470–489). Wiley-Blackwell.
- Calle Calle, S. M. (2023). Propuesta de comunicación estratégica para la administración pública local: Caso Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Cuenca-Ecuador, Universidad de La Habana. <https://n9.cl/uxcxg>
- Calle, D. y Dávila, D. (2021). Empoderamiento de la ciudadanía a través de la participación ciudadana para un gobierno local integral. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 5(4), Article 4. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.758

- Calle, S., y Pérez, Z. (2021). Participación ciudadana urbana cantonal en el gobierno local. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.26423/rcpi.v9i1.453>
- Canel, M. J. (2018). *La comunicación de la administración pública. Para gobernar con la sociedad*. Fondo de Cultura Económica. <https://doi.org/10.29265/gypp.v28i1.555>
- Castro Maldonado, JJ, Gómez Macho, LK, y Camargo Casallas, E. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *Tecnura*, 27 (75), 140-174. <https://doi.org/10.14483/22487638.19171>
- Cerbino, M., y Dávila, G. (2024). Políticas de comunicación y sostenibilidad de los medios comunitarios. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura*, 26(1), Article 1. <https://doi.org/10.54786/revistaepic.v26i1.21197>
- Changoluisa, K., y Romo, E. (2022). *Registros administrativos para los sistemas de información y política pública local*. *Estudios de la Gestión*, 12, 13-30. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/3448>
- Chere Quiñónez, A. J., y Alvarado Vélez, F. A. (2021). *Importancia de la comunicación institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio del Cantón Esmeraldas (GADMCE)*. *Dom. Cien.*, 7(6), 961-987. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2375>
- Christensen, T., Lægroid, P., & Rykkja, L. H. (2024). Trust, collaboration, and participation in governance: A Nordic perspective. *Public Administration Review*, 84(2), 229–241. <https://doi.org/10.1111/puar.13833>
- Durrer, V. (2023). The public administration of ‘place’: Labels and meaning in local government arts development in the Irish urban-fringe. En C. Craik & S. Matthews (Eds.), *New directions in cultural policy research* (pp. 189–215). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-32312-6_9
- Florez, M. (2020). Medios alternativos de Medellín. Tendencia de los temas en su agenda. *Correspondencias y análisis*, 12, Article 12. <https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.09>
- Fuentes Navarro, R. (2018). *El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en el ITESO*. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). https://www.researchgate.net/publication/333909576_El_estudio_de_la_comunicacion_desde_una_perspectiva_sociocultural_en_el_ITESO
- Fuentes Navarro, R. (2018). El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en el ITESO. En G. Bernal Loaiza (Coord.), *50 años en la formación*

universitaria de comunicadores, 1967–2017: Génesis, desarrollo y perspectivas (pp. 185–188). ITESO.
https://www.researchgate.net/publication/333909576_El_estudio_de_la_comunicacion_desde_una_perspectiva_sociocultural_en_el_ITESO

Furnari, D. (2023). Transparencia y participación ciudadana: Del dicho al hecho: Un análisis comparado de las políticas y estrategias comunicacionales en los municipios bonaerenses de Avellaneda, Berisso y La Plata 2011-2019 (p. 1) [Http://purl.org/dc/dcmitype/Text, Universidad Nacional de La Plata].
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=337921>

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Fernández Salvador. (2021). *Modelo de Ordenamiento Territorial, 2031: Representación gráfica de la intervención en el espacio en todos los ámbitos del desarrollo*. <https://www.fernandezsalvador.gob.ec>

Gómez Díaz de León, C., y de la Garza-Montemayor, D. J. (2023). Redes sociales y administración pública: Los desafíos y oportunidades de los gobiernos en la era de la comunicación digital. *Universitas-XX1, Revista de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador*, 39, 83-107.
<https://doi.org/10.17163/uni.n39.2023.04>

Guale-Moreira, G. (2023). *Participación ciudadana y presupuesto participativo: caso GAD Parroquial Rural de Anconcito, 2022*. Digital Publisher CEIT, 8(4), 142–158.
<https://doi.org/10.33386/593dp.2023.4.1926>

Gudiño, Z. (2022). El principio constitucional de transparencia en la contratación pública del Ecuador. Un enfoque desde la participación ciudadana. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 410-420.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000200410

Guevara G. Verdesoto A. Castro N. (2020). *Metodologías de la Investigación Educativa*. Editorial saberes del Conocimiento

Hernández Sarduy, R., Brea González, L. E., & Hernández China, K. R. (2022). A 25 años de la implementación del identificador de objeto digital. *Medicentro Electrónica*, 26(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30432022000400956

Hevia Artime, I., Rodríguez-Hoyos, C., y Fueyo Gutiérrez, A. (2019). Los procesos comunicativos desde la perspectiva de los educadores en la era de la cultura digital. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 317–332.

- Intriago Vélez, R. A. (2024). Las inversiones del GAD Municipal y el impacto en el desarrollo comunitario del cantón El Empalme, periodo 2020-2022. *LATAM: Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5), 5281. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2971>
- Ladino Marín, P. (2017). *Teorías de la comunicación*. Fundación Universitaria del Área Andina.
- Ladrón de Guevara Muñoz, L. (2023). La comunicación pública como herramienta estratégica para el desarrollo local. *Revista Iberoamericana de Gobierno Local*, (23), 1-18. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9118501>
- Lan, Q., Wen, D., Zhang, Z., Zeng, Q., Chen, X., Popovski, P., & Huang, K. (2021). *What is semantic communication? A view on conveying meaning in the era of machine intelligence*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2110.00196>
- Marín Pablo (2017). *Teorías de la comunicación: La comunicación como objeto de estudio*. Fundación Universitaria Barcelona. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf>
- Mohd. Yakin, H. S., & Totu, A. (2014). The semiotic perspectives of Peirce and Saussure: A brief comparative study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 155, 4–8. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.247>
- Montaño, M. (2023). Derechos políticos en los ciudadanos para la participación ciudadana en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Ángel Pedro Giler [bachelorThesis, Calceta: ESPAM MFL]. <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/2203>
- Moreno, D. (2024). Territories for sociocultural semiotics within the social sciences and humanities. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/385707522>
- Morillo, T.; García, J.; Comunicación efectiva para el desarrollo eficiente de las instituciones públicas. *Revista Ciencia Ecuador*2024, 6, 26. p 1-21 DOI: 10.69825/cienec.v6i26.226
- Mosqueda, J. (2022). El diálogo social con los sectores productivos estatales para impulsar la competitividad [doctoralThesis]. <https://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/2832>
- Nos-Aldás, E., y Farné, A. (2020). Comunicación transgresora de cambio social: Epistemologías performativas y eficacia cultural. *Convergencia*, 27. <https://doi.org/10.29101/cres.v27i0.12720>
- Pereyra, L. E. (2022). *Ciencias de la comunicación I*. Klik. https://www.google.com.ec/books/edition/Ciencias_de_la_comunicaci%C3%B3n_I/U8OVEAAAQBAJ?hl=esygbpv=1ydq=Los+modelos+de+comunicaci%C3%B3nypg=PA37yprintsec=frontcover

- Pérez, M. y Guethón, R. (2017). Desarrollo local y participación social. ¿De qué estamos hablando? *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 5(1), 56-68.
- Quiñones Lia, A. E., Sifuentes P., N., Quiñones V., C. A., y Cervera C., L. E. (2024). Comunicación interna en la gestión pública desde recursos humanos. *Impulso*, 4(7), 138-150. <https://doi.org/10.59659/impulso.v.4i7.40>
- Reyes Jiménez, C. (2021). *La importancia de la comunicación y liderazgo: herramientas para métodos efectivos de formación y organización educativa*. TecnoHumanismo, 1(10), 27–46. <https://doi.org/10.53673/th.v1i10.64>
- Ríos, A. (2024). Ismael Crespo, José Miguel Rojo-Martínez, Claudia Mayordomo, Salvador Moreno y Alejandro Soler: Redes sociales y comunicación gubernamental digital en el ámbito local. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica*, 21, 268-270. <https://www.redalyc.org/journal/5764/576477621016/html/>
- Ríspolo, F. (2020). El campo de la comunicación política: el lugar de la comunicación de gobierno. *Postdata*, 25(1), 41-50. <https://www.redalyc.org/journal/522/52272877005/html/>
- Rivero Hernández, M. (2017). La comunicación en las instituciones de la administración pública. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/320871128_La_comunicacion_en_las_instituciones_de_la_Administracion_Publica
- Sacan Guallpa, J., Ramírez Cepeda, G., Reinoso-Sánchez, P., & Díaz, K. (2024). *Comunicación organizacional e imagen corporativa: Claves para el posicionamiento mediante el uso de estrategias y herramientas digitales*. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/389727234>
- Santillán-Aguirre, J. P. (2022). La importancia de la comunicación oral y escrita en el siglo XXI. *Revista Polo del Conocimiento*, 7(2). <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3692>
- Schmidhuber, L., Piller, F., Bogers, M., & Hilgers, D. (2019). Citizen participation in public administration: Investigating open government for social innovation. *R&D Management*, 49(3), 343–357. <https://doi.org/10.1111/radm.12327>
- Téllez, M., y Ramírez López, S. (2021). Prácticas de comunicación en el ecosistema digital. Análisis de seis gobernaciones colombianas sobre sus procesos de comunicación pública para promover la participación ciudadana. *Investigación y Desarrollo*, 29(1), 41-68. <https://doi.org/10.14482/indes.29.1.323.042>

- Tulchinskii, G. (2021). Social semiotics: Communicative and socio-cultural practices. *Biohermeneutics*, 3(1), 9–19. <https://bioherm.ru/wp-content/uploads/2021/09/Tulchinskii-Social-semiotics-communicative-and-socio-cultural-practices-2021.pdf>
- Villón-Laínez, S. M., Guerrero-Bejarano, M. A., & Manosalvas-Vaca, C. A. (2025). Comunicación organizacional interna y su influencia en el apoyo social percibido en clínicas privadas de Santa Elena. *INNOVA Research Journal*, 10(1), 112–134. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/2736>
- Zanella-Martínez, L., Macías-Ugalde, L., y Balseca-Macías, P. (2020). Economía colaborativa y desarrollo local sostenible. *Revista científica multidisciplinaria arbitrada «yachasun»*, 4(6), 40-46. <https://doi.org/10.46296/yc.v4i6.0134>

ANEXOS

Anexo 1. Instrumenta de Entrevista

  <p>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA</p> <p>Tema: "Estudio de caso de los procesos comunicacionales desarrollados por el GAD. Parroquial Fernández Salvador del cantón Montufar - provincia del Carchi y su impacto en la difusión y reconocimiento social de su administración"</p> <p>Instrumento de Entrevista Presidenta GAD. Parroquial Fernández Salvador</p> <p>Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad establecer la influencia de los procesos comunicacionales desarrollados por el GAD. Parroquial Fernández Salvador; La información recabada en la misma es de uso exclusivamente académico.</p> <p>Nombre y apellido del Entrevistado: _____</p> <p>Institución: _____</p> <p>Cargo: _____</p> <p>Nombre del Entrevistador: _____</p> <p>Fecha: _____</p> <p>1.- ¿Por qué es importante la comunicación interna y externa dentro de las políticas de acción del GAD Parroquial Fernández Salvador?</p> <p>2.- ¿Considera usted que el GAD Parroquial maneja de manera adecuada los procesos de comunicación interna y externa?</p> <p>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE LINBA edvirtual@utn.edu.ec</p>	  <p>3.- ¿Qué herramientas de comunicación interna utiliza el GAD Parroquial Fernández Salvador para mantener informado a los funcionarios de las actividades institucionales?</p> <p>4.- ¿Cuáles son los procesos comunicacionales que utiliza para informar a la ciudadanía sobre la gestión administrativa y de obras que ejecuta el GAD Parroquial Fernández Salvador?</p> <p>5.- ¿Usted como autoridad o funcionario, qué medio utiliza para la socialización de proyectos y avances de obra en el GAD Parroquial Fernández Salvador?</p> <p>6.- ¿Qué herramientas de comunicación utiliza para dar a conocer la gestión administrativa del GAD Parroquial Fernández Salvador?</p> <p>7.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con una partida presupuestaria para la inversión en comunicación y publicidad?</p> <p>8.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un equipo profesional para el manejo de redes sociales y la página web institucional?</p> <p>9.- ¿Considera usted que la imagen institucional que proyecta el GAD tiene una aceptación positiva en la ciudadanía?</p> <p>10.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un equipo de comunicación, que trabaje en la difusión de obras y gestión administrativa?</p> <p>11.- ¿El GAD Parroquial Fernández Salvador cuenta con un plan de comunicación que incluya estrategias y directrices para la difusión y promoción de la gestión institucional?</p> <p>Gracias su Colaboración</p> <p>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE LINBA edvirtual@utn.edu.ec</p>
--	---

Link entrevistas presidenta y vocales del GAD. Parroquial

<https://drive.google.com/drive/folders/1207P7chLWYORKnxe3IFycMItBYku>

OBFe

Anexo 2. Instrumento de Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Tema: "Estudio de caso de los procesos comunicacionales desarrollados por el GAD. Parroquial Fernández Salvador del cantón Montufar - provincia del Carchi y su impacto en la difusión y reconocimiento social de su administración"

Instrumento de Encuesta

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad determinar el impacto en la población de las herramientas comunicacionales que utiliza el GAD. Parroquial Fernández Salvador; la información de la misma es de uso exclusivo para fines académicos.

Nombre Encuestado: _____

Lugar: _____

Fecha: _____

Edad: _____

Comunidad: _____

Indicaciones: Marcar con una X el casillero correspondiente.

1.- ¿Considera usted que el GAD Parroquial Fernández Salvador mantiene una buena comunicación con la ciudadanía?

Sí No

2.- ¿Cómo valora usted la comunicación existente entre la autoridad del GAD Parroquial y ciudadanía?

Excelente Buena Regular Mala

3.- ¿Ha visitado la página web institucional del GAD Parroquial Fernández Salvador?

Sí No

4.- ¿Con qué frecuencia utiliza la página web institucional del GAD Parroquial Fernández Salvador para obtener información o realizar trámites digitales?

Siempre A veces Ocasionalmente Nunca

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE LINEA
edvirtual.unn.edu.ec

5.- ¿Cómo evalúa la imagen institucional del GAD Parroquial Fernández Salvador?

Excelente Buena Regular Mala

6.- Seleccione el medio a través del cual usted se informa del avance de la gestión institucional, obras o proyectos que ejecuta el GAD Parroquial Fernández Salvador.

Radio Televisión Redes Sociales

Página Web Videos Institucionales

Otros Especifique: _____

7.- Seleccione el medio de comunicación que considera que es ideal para la difusión de obras y avance de proyectos del GAD Parroquial Fernández Salvador

Radio Televisión Prensa Escrita Redes Sociales

Página Web Videos Institucionales

Otros Especifique: _____

8.- ¿Considera usted que la información pública del GAD Parroquial Fernández Salvador es de libre acceso a la ciudadanía?

Sí No

9.- ¿Con qué frecuencia acude usted a las asambleas convocadas por la autoridad del GAD Parroquial Fernández Salvador?

Siempre A veces Ocasionalmente Nunca

10.- ¿Consideran usted importante la participación ciudadana en la toma de decisiones de GAD Parroquial Fernández Salvador?

Sí, porque: _____

No, porque: _____

Gracias su Colaboración

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE LINEA
edvirtual.unn.edu.ec

Link de encuesta Google forms

https://docs.google.com/forms/d/1EHW0OTAYdHFLAvppscsg_CdMwako7bwTD6-oSeZ8M/edit

Anexo 3. Instrumento de Observación





Universidad Virtual
BARBA - ECUADOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Tema: "Estudio de caso de los procesos comunicacionales desarrollados por el GAD Parroquial Fernández Salvador del cantón Montufar - provincia del Carchi y su impacto en la difusión y reconocimiento social de su administración"

Instrumento de Observación

Nombre del Observador: _____

Lugar de Observación: _____

Fecha: _____

Objetivo Específico 1: Analizar la estructura de los procesos comunicacionales que desarrolla el GAD Parroquial Fernández Salvador y la incidencia como eje estratégico en el desarrollo y difusión social.

ASPECTOS	SI	NO	Observaciones
¿Cuenta con redes sociales el GAD Parroquial?			
¿El contenido que se maneja en redes sociales es relevante?			
¿Cuenta con Página Web Institucional el GAD Parroquial?			
¿El contenido que se publica en la Página Web Institucional es relevante?			
¿Existe un jefe de comunicación que lidere el área de comunicación?			
¿Los funcionarios del GAD Parroquial conocen los flujos de comunicación interna y externa?			

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE LINEA
edvirtual@utn.edu.ec





Universidad Virtual
BARBA - ECUADOR



ASPECTOS	Facebook	Instagram	YouTube	X
¿Qué redes sociales maneja el GAD Parroquial?				
ASPECTOS	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
¿La actualización del contenido en redes sociales es?				
¿La actualización del contenido en la Página Web Institucional es?				

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE LINEA
edvirtual@utn.edu.ec

Anexo 3. Abstrac



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
Acreditada Resolución Nro. 173-SE-33-CACES-2020
EMPRESA PÚBLICA "LA UEMEPRENDE E.P."



ABSTRACT

This study examines communication processes, beginning with their role and function at the individual level and expanding to their impact within the social sphere. The primary objective is to enhance, persuade, and inform in a constructive manner. Communication serves as a tool to assess its influence on social and cultural development, as well as on the administrative management of the Fernández Salvador Parish GAD. Within this context, it is essential to define the communicative actions and elements employed by the institution in its engagement with the parish community. A mixed-methods approach was adopted, incorporating both qualitative and quantitative analyses to evaluate the tools used and measure the effectiveness of communication processes within the Parish GAD and their impact on the local population. The findings reveal significant communication deficiencies that hinder institutional development. Key issues include the absence of a dedicated communication department, a lack of qualified communication professionals, limited awareness among authorities about the strategic importance of communication, an inadequate communication budget, and poor management of social media and digital information technologies, among others. In response to these challenges, the study proposes the implementation of a strategic communication plan. This plan aims to improve the visibility and transparency of administrative efforts, foster public recognition, and strengthen the institutional image. Additionally, it outlines targeted communication actions to support the dissemination of the institution's projects, public works, and community activities.

Keywords: communication processes, dissemination, public recognition, institutional image.

* GAD (*Decentralized Autonomous Government*)

Reviewed by:
MSc. Luis Páez Soto
July 30, 2025