

UCUENCA

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Comunicación

Diagnóstico y Elaboración de un plan de comunicación externo para el GAD Parroquial de Palmas

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social en
Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Autor:

Erick Marcelo Pacheco Espinoza

CI: 0106234453

Correo electrónico:

marcespinoza31@gmail.com

Directora:

Magíster Fabiola Maytee Zavala Sánchez

CI: 0702791773

Cuenca-Ecuador

22 de febrero de 2022

RESUMEN

El presente trabajo de titulación consistió en la realización de un diagnóstico de comunicación y la elaboración de un plan de comunicación externa para el GAD parroquial de Palmas con el fin de mejorar la difusión de la información. La metodología aplicada se basó en la investigación-acción participativa donde se pudo evidenciar cada uno de los procesos que se realizan dentro de la institución para realizar todo tipo de comunicados a la parroquia de Palmas.

Luego de analizar cada uno de estos procesos se procedió a buscar las mejores estrategias y herramientas de comunicación con el fin de que la población de Palmas tenga una mejor recepción de información y mediante medios tradicionales y digitales personas de todas las edades se encuentren al tanto de lo que sucede dentro del GAD parroquial. De esta manera se procedió a elaborar el plan de comunicación que ayude a tener una planificación para el manejo de la información y la difusión de la misma a través de herramientas de comunicación que serán utilizadas conforme lo vea necesario el encargado de la comunicación de la institución.

Palabras claves: Comunicación. Comunicación externa. Plan de comunicación. Comunicación organizacional.

ABSTRACT

The present degree work consisted of a communication diagnosis and the elaboration of an external communication plan for the GAD of Palmas parish in order to improve the dissemination of information. The methodology applied was based on participatory action research where each of the processes that are carried out within the institution to make all kinds of communications to the parish of Palmas could be evidenced.

After analyzing each of these processes, we proceeded to look for the best strategies and communication tools so that the population of Palmas has a better reception of information and through traditional and digital media people of all ages are aware of what happens within the parish GAD. In this way we proceeded to develop the communication plan that helps to have a planning for the management of information and its dissemination through communication tools that will be used as needed by the person in charge of communication of the institution.

Key words: Communication. External communication. Communication plan. Organizational communication.

Tabla de contenido

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
Índice de Contenidos	4
Índice de Figuras	7
Índice de Tablas.....	9
INTRODUCCIÓN	16
ANTECEDENTES.....	18
JUSTIFICACIÓN.....	20
Objetivo General	20
Objetivos Específicos	20
CAPÍTULO 1	21
MARCO TEÓRICO	21
Comunicación.....	21
Comunicación Organizacional	22
Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD´s).....	22
Comunicación Externa	23
Tipos de Comunicación Externa	24
Relaciones Públicas.....	25
Relaciones Públicas 2.0.....	25
Plan de Comunicación	26
CAPÍTULO 2	27
METODOLOGÍA	27
Investigación cualitativa	28
Investigación cuantitativa	28
Instrumentos de Investigación Cualitativa	29
Entrevista.....	29
Entrevista a miembros del GAD Parroquial	29
Objetivo de la entrevista	30
Instrumentos de Investigación Cuantitativa.....	30
La Encuesta.....	30
Modelo de Encuesta.....	31
Objetivo de la encuesta.....	35

UCUENCA

Tamaño de muestra	36
CAPITULO 3	37
DIAGNOSTICO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	37
Diagnóstico de la Cuenta de Facebook Utilizada por el GAD Parroquial de Palmas.....	37
Diseño e Información de la Cuenta.....	37
Diagnóstico de las entrevistas realizadas a las autoridades del GAD Parroquial de Palmas	39
Análisis de resultados (Entrevistas).....	44
Comunicación externa.....	45
Redes Sociales.....	46
Medios tradicionales.....	46
Tipo de información	47
Diagnóstico de las encuestas aplicadas en la Parroquia Palmas.....	47
del Cantón Sevilla de Oro	47
Comunidades encuestadas.....	49
Diagnóstico de las encuestas Realizadas a los Habitantes de la Parroquial de Palmas ...	50
Datos obtenidos de la encuesta	51
Análisis de Resultados de las Encuestas	61
CAPITULO 4	63
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	63
Resultados Generales.....	63
DISCUSIÓN	65
CAPITULO 5	66
Propuesta del Plan de Comunicación Externo para el GAD Parroquial de Palmas.....	66
Introducción	66
Visión	67
Misión.....	67
Público Objetivo.....	67
Objetivo General.....	68
Objetivos Específicos	68
Estrategias y Actividades	68
Materiales/Medios a utilizar	72
Medios de verificación	73
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES.....	77
BIBLIOGRAFÍA	78

Índice de Figuras

Figura 1	36
<i>Cálculo de muestra en una página web</i>	36
Figura 2	37
<i>Foto de perfil de la red social del GAD de Palmas</i>	37
Figura 3	38
Foto de portada de la red social del GAD de Palmas vista en el inicio de la cuenta	38
Figura 4	39
Foto de portada de la red social del GAD de Palmas	39
Figura 5	51
Nivel de información de los ciudadanos de la parroquia Palmas sobre las actividades que	51
Figura 6	52
Medios de información de actividades del GAD Parroquial	52
Figura 7	52
Medios de información de actividades del GAD Parroquial	53
Figura 8	54
Personas que cuentan con una cuenta en una red social	54
Figura 9	54
Redes sociales más usadas por la población palmense	54
Figura 10	55
Hora más frecuentada en las redes sociales	55
Figura 11	56
Nivel de satisfacción con la información brindada por el GAD	56

Figura 12.....	57
Nivel de aceptación de un medio de información por parte del GAD.....	57
Figura 13.....	58
Porcentaje de personas que seguirían la página social del GAD.....	58
Figura 14.....	59
Temas más importantes a comunicar en la página social del GAD	59
Figura 15.....	61
Tiempo estimado para recibir publicaciones por parte del GAD	61

Índice de Tablas

Tabla 1.....	48
Rango de edades de los encuestados.....	48
Tabla 2.....	49
Muestra de encuestas.....	50

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Erick Marcelo Pacheco Espinoza en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Diagnóstico y Elaboración de un plan de comunicación externo para el GAD Parroquial de Palmas", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 21 de febrero de 2022



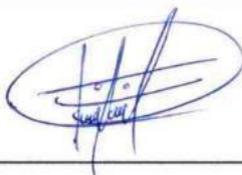
Erick Marcelo Pacheco Espinoza

C.I: 010623445-3

Cláusula de Propiedad Intelectual

Erick Marcelo Pacheco Espinoza, autor del trabajo de titulación Diagnóstico y Elaboración de un plan de comunicación externo para el GAD Parroquial de Palmas", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 21 de febrero de 2022



Erick Marcelo Pacheco Espinoza

C.I: 010623445-3

DEDICATORIA

A cada una de las personas que me acompañaron en esta bella travesía y que con su apoyo he podido culminar una maravillosa etapa en mi vida. De manera especial, dedico este logro a mis padres, hermano y a esas grandes personas que conocí en mi vida universitaria y que hoy puedo llamar amigos. Este logro es gracias a cada uno de ustedes.

Por último, pero no menos importante a mi papi Carlos, quién desde un inicio me apoyó y creyó en mí. Gracias por ser un ejemplo a seguir. Con todo el amor un abrazo hasta el cielo.

AGRADECIMIENTO

A mi familia que siempre han sido un pilar fundamental en mi vida y que gracias a su apoyo incondicional hoy me encuentro finalizando esta etapa tan importante en mi vida.

A mis tías Fabiola y Araceli que me brindaron su apoyo a mí y mi familia cuando más lo necesitamos. Gracias por su confianza, apoyo y cariño depositados en su familia.

AGRADECIMIENTO

A esa persona especial que durante toda mi vida universitaria fue mi sostén y me ayudo para que siguiera adelante en este largo camino; que con su cariño y apoyo incondicional hizo de mí una mejor persona en cada aspecto de mi vida. A ella muchas gracias porque todo lo logrado ha sido merito suyo también. Este logro es por ti M.R.

AGRADECIMIENTO

A mi compañera de tesis, quien fue una excelente amiga y compañera, y si bien ahora nos encontramos separados por miles de kilómetros siempre será especial en mi vida por todo su apoyo. Juntos iniciamos este trabajo y aunque no pudimos finalizarlo juntos ahora lo termino por los dos, este trabajo es tuyo tambiénquerida amiga.

INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional en la actualidad se ha convertido en un pilar fundamental para las instituciones públicas y privadas resultando indispensable la utilización de buenas estrategias comunicativas para mantener relaciones directas entre públicos y organizaciones. Muchas de las empresas que operan a nivel internacional han sabido llevar la comunicación organizacional adecuadamente, solventando cada posible falencia que la empresa pueda tener en cuanto a la comunicación interna y externa. En el ámbito externo es indispensable para estas empresas puedan conocer qué piensa su público de los diferentes productos o servicios que brinda la misma, esto ayudará a mejorar la calidad de los mismos.

En nuestro país cada vez es más grande la importancia que dan las empresas a la comunicación organizacional ya que los diferentes cambios en la sociedad impulsan a que las empresas se mantengan actualizadas y planeen de forma adecuada las diferentes actividades que se realizará desde el departamento de comunicación. Aun así, en instituciones públicas y privadas la falta de recursos provoca que no se pueda contar con un departamento de comunicación o un profesional en esta área que se encargue de este ámbito.

En base a esto, se ha propuesto diferentes objetivos que ayuden a la consecución del acometido de este presente trabajo de titulación. En cuanto al objetivo general se plantea diseñar un plan de comunicación externa que contribuya con la gestión y difusión de la información al utilizar medios de comunicación digitales, buscando fortalecer los aspectos comunicacionales del GAD parroquial de Palmas ya que al ser una institución pública, el correcto manejo de la información aumentara la credibilidad de la misma.

Por otra parte, en cuanto a los objetivos específicos se ha propuesto diagnosticar los diferentes procesos comunicacionales externos del GAD parroquial con el fin de encontrar las falencias en los procesos de comunicación externa y así trabajar con el fin de mejorar cada

UCUENCA

uno de estos; como segundo objetivo específico tenemos el elaborar un plan de comunicación externo con estrategias comunicativas que ayuden con la difusión de información a la ciudadanía, buscando así utilizar las mejores técnicas de acorde a lo que la institución necesite para llegar de una manera más efectiva al mayor número de personas dentro de la parroquia; por último, tenemos el definir las directrices para que el responsable del área de comunicación del GAD aplique el plan de comunicación y así se pueda aplicar el plan de comunicación cuando el encargado de la comunicación de la institución crea correcto y de esta forma se ejecute las estrategias de comunicación propuestas con la mayor eficacia posible.

Una de las herramientas que mejora el trabajo organizativo es tener y saber llevar un buen plan de comunicación. Es por eso que en este proyecto se decidió enfocar en la elaboración de una propuesta de un plan de comunicación externa para el GAD Parroquial de Palmas. Esta institución, al no contar con un departamento de comunicación, la persona que se encarga de las redes sociales lo hace de forma empírica, lo que genera algunos problemas al momento de difundir información. Con el plan de comunicación se busca dar una ayuda al encargado del manejo de las redes sociales que podrá seguir las directrices adecuadas para que la difusión de la información sea la idónea para el público de la institución.

La parroquia Palmas perteneciente al cantón Sevilla de Oro es una parroquia rural que se encuentra ubicada en una zona montañosa lo que dificulta que las frecuencias de radio y televisión tengan presencia en las comunidades de esta parroquia. Debido a la pandemia que se vive en el mundo entero el servicio de internet se expandió por la zona, lo que ayudó a que muchas personas que no contaban con este servicio ahora puedan estar conectadas con el mundo virtual. Al ser una parroquia rural las herramientas de comunicación tradicionales (perifoneo, afiches, boca a boca, entre otros) no suelen funcionar de la mejor manera debido a que las viviendas están distribuidas de manera que algunas se encuentran fuera del alcance de

estas herramientas. Debido a esto, complementar las herramientas tradicionales con las redes sociales es una forma eficaz de llegar a más personas de la parroquia.

En los siguientes capítulos se desarrollará una investigación sobre el estado actual de la comunicación externa del GAD parroquial de Palmas empezando por el diagnóstico de comunicación para conocer el estado de la comunicación externa desde adentro de la institución, de igual manera se buscará conocer lo que la población palmense piensa sobre la difusión de la información por parte del GAD parroquial. Luego de haber realizado el diagnóstico de comunicación se procederá a realizar un plan de comunicación externa con la información obtenida en el diagnóstico. Como mencionamos anteriormente, con esto se busca dar una ayuda a la persona encargada de las redes sociales y así mejorar la relación entre la institución y su público.

ANTECEDENTES

Desde hace muchos años atrás la comunicación externa ha venido fortaleciéndose en las empresas, esto debido a los grandes avances que se ha dado tanto en lo tecnológico como en lo social. Las personas que consumen los diferentes productos y servicios que brinda una empresa buscan estar más ligados a la misma, conocer que hay detrás del producto o servicio que se está adquiriendo. Es así que las empresas buscan dar a conocer su forma de trabajo dentro del entorno geográfico en el que laboran, también podemos decir que una buena comunicación externa ayuda a que la empresa tenga una mayor visibilidad dentro del mercado, sobresaliendo ante otras empresas mejorando el impacto de la marca ante los consumidores.

La utilización de un plan de comunicación bien organizado ha sido la base para que muchas empresas ya sean pequeñas, medianas o grandes encuentren un hueco en el vasto mercado empresarial. De acuerdo con Contreras & Garibay (2020) la comunicación

organizacional parte de diferentes cambios a lo largo de los años, según registros formales este tipo de comunicación empieza en los años 30's donde los encargados de esta labor empiezan a tener una educación formal sobre la comunicación organizacional o las relaciones públicas. En adelante se crean diferentes asociaciones dedicadas al impulso de la comunicación organizacional y su estudio.

Con la teorización de la comunicación organizacional y los grandes avances tecnológicos que se dieron con la invención del internet muchas herramientas comunicacionales surgieron a partir de esto. El plan de comunicación ha estado presente desde los inicios de la comunicación organizacional, sin embargo este apartado dio un giro radical, ya que antes de la era digital con los medios tradicionales no se podía tener un feedback instantáneo con el público de una empresa, para conocer qué pensaba la gente de un producto o servicio se utilizaba grupos focales, en la actualidad se puede mantener un feedback instantáneo gracias a hiperconectividad que nos da el internet y las redes sociales, apesar de esto algunos principios básicos siguen usándose hoy en día. (Álvarez & Lancha, n.d.)

Para desarrollar este tema de intervención se ha tomado como muestra diferentes tesis realizadas anteriormente como es la de: Melissa Micaela Calero Torres (2015) donde presentó una investigación titulada "Plan de Comunicación Interna y Externa para Quifatex" o la tesis denominada "Plan de comunicación interna y externa para mejorar los procesos de interacción en la parroquia Molleturo del cantón cuenca. En el periodo mayo-noviembre 2015" realizada por Guiracocha y Ordóñez (2016). En estas investigaciones se pretende explicar diferentes estrategias y tácticas de desarrollo para gestionar la comunicación dentro de una organización, llegando a la conclusión de que realizar una buena investigación sobre la organización mejorará la estabilidad de la misma, además de que la gestión comunicativa debe estar presente en todas las organizaciones.

Indudablemente en la actualidad la comunicación organizacional y la elaboración de un plan de comunicación es sumamente importante para las organizaciones tanto públicas como privadas, esto debido a los avances tecnológicos y el interés de las personas por ver más allá del producto o servicio que se está adquiriendo.

JUSTIFICACIÓN

Es importante que las empresas sepan manejar correctamente la comunicación interna como externa, para que perdure a largo plazo, es por eso que mediante este trabajo de intervención se va a proponer la realización de un plan de comunicación para el GAD parroquial de Palmas con el fin de mejorar los aspectos comunicacionales dentro de la institución, asimismo se quiere dejar establecido este plan para que autoridades sucesoras lo sigan utilizando y así mejorar los canales de comunicación con el público externo.

También se pretende que la empresa cuente con un plan de comunicación bien formulado y establecido que favorecerá en varios ámbitos de la institución al momento de la ejecución. Se buscará tener canales eficaces para que la información llegue de una manera correcta al pueblo de Palmas, ya que con los canales de comunicación que se utilizan ahora son deficientes ya sea por un mal uso o por no contar con los canales apropiados para la difusión de la misma.

Objetivo General

Diseñar un plan de comunicación externa que contribuya con la gestión y difusión de la información al utilizar medios de comunicación digitales.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar los diferentes procesos comunicacionales externos del GAD parroquial.

- Elaborar un plan de comunicación externo con estrategias comunicativas que ayuden con la difusión de información a la ciudadanía.
- Definir las directrices para que el responsable del área de comunicación del GAD aplique el plan de comunicación.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

Comunicación

Según Thompson (2008) nos dice que:

La comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

La comunicación ha estado presente en los seres humanos desde todos los tiempos, a lo largo de los años esta ha ido evolucionando y tenemos diferentes formas de comunicarnos y transmitir un mensaje. Por esto, según Idalberto Chiavenato la comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social" (como se citó en Thompson, 2008)

Comunicación Organizacional

La comunicación que se realiza dentro de una institución se denomina comunicación organizacional, la misma se da de forma natural dentro de cada departamento de una institución u organización. Por esto:

La comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas. Debido a ello, la comunicación entre los funcionarios de diferentes niveles, los jefes y sus subordinados, y los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida. (Castro, 2014)

Por otro lado, Ramos et al. (2018) manifiestan que “La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja. Dicho proceso puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo (por ejemplo, entre organizaciones).” Es así que, una comunicación eficaz dentro de las organizaciones ayudará a que los dirigentes puedan tener canales de comunicación en los que exista el menor grado posible de ruido para poder llevar a cabo las actividades de la organización de la mejor manera.

Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs)

Los GADs se encuentran presentes dentro de cada una de las jurisdicciones territoriales de del país (Ecuador) es por esto que se buscamos la definición más acertada de estas entidades y según la página Gobierno del Encuentro (s.f.) indica que:

Los gobiernos autónomos descentralizados tienen el mandato del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización de promover el desarrollo sustentable y la dignidad de las personas con la implementación de políticas públicas

para la equidad y la inclusión social, así como la participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y la gestión democrática de la acción municipal; y, en relación a la protección integral a la niñez y adolescencia, deben asegurar sus derechos.

Comunicación Externa

Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, clientes, distribuidores, proveedores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.), encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, o proyectar una imagen favorable, o a promover sus productos o servicios. (Andrade, 2005)

Es decir, que dentro del ámbito externo lo que les interesa a las organizaciones es ser visibles y perdurar en la mente de los consumidores, manteniendo así relaciones directas entre ambos, ampliando los límites de los consumidores. Es así que, “la comunicación externa se da por la necesidad de la misma organización de interrelacionarse con otros públicos externos, sin la cual su función productiva no podría desarrollarse.” (López, como se citó en Portillo, 2012).

Así pues, el autor señala que la comunicación externa es un elemento indispensable para que la organización no se sienta aislada de las demás, poseyendo diferentes técnicas a fin de estar en relación con sus públicos.

Otra definición acertada sobre la comunicación externa nos dice que es “el proceso que se establece entre la empresa y el conjunto de opinión pública, para informar sobre diversos aspectos de la vida empresarial que podrían afectar o ser de interés para la sociedad

en general.” (Sánchez, como se citó en La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo, 2017)

Dicho de otra forma, la organización se convierte en emisora de información hacia el entorno que le compete, manteniendo retroalimentación entre los mismos, para poder resistir a largo plazo dentro del mercado.

Tipos de Comunicación Externa

La comunicación externa según Annie Bartoli (como se cita en La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo, 2017) se clasifica en tres tipos:

Comunicación Externa Operativa: Se trata de la comunicación vinculada con la actividad y desarrollo diario de la compañía. Se realiza con todos los públicos externos de la organización.

Comunicación Externa Estratégica: Es la obtención de información sobre aspectos importantes de las organizaciones, para mejorar la posición competitiva de la misma. Estos pueden ser datos sobre la competencia, novedades legislativas, estado del mercado, etc.

Comunicación Externa de Notoriedad: Hace referencia a la salida de información, con el que la organización da a conocer sus productos, servicios y también mejorar su imagen y reputación.

Es importante definir los diferentes tipos de comunicación que existen, ya que nos ayudarán a consolidar la imagen de la organización, dar a conocer nuestros servicios y relacionarnos con nuestros consumidores. De la misma manera, es necesario saber cómo nos perciben el público y cómo queremos que nos perciban para poder desarrollar nuestro plan de comunicación.

Relaciones Públicas

Cutlip et al. (como se citó en Thompson, 2006), dentro de su libro titulado “Relaciones Públicas Eficaces”, nos dan la siguiente definición “las relaciones públicas son la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso.”.

Las relaciones públicas ayudarán a las organizaciones a mantener una buena reputación, crear canales de comunicación beneficiosos y proyectar una imagen favorable de la organización. Es así que Castillo nos dice que “Las Relaciones Públicas son una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque coadyuva a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización.” (2010).

“Igualmente, las relaciones públicas conforman la relación con medios de comunicación, que tienen como propósito llamar la atención de los medios mediante una fuente confiable. Las relaciones con los medios deben caracterizarse por ser personalizadas, periódicas, amables, profesionales y constantes”. (Sandoval, S.F, p. 62). Esto ayudará a que las empresas den a conocer sus novedades, promociones, lanzamientos, etc., para mantenerse en contacto y llamar la atención de su público exterior.

Relaciones Públicas 2.0

Al hablar de relaciones públicas 2.0 nos referimos a la evolución que ha tenido la Web 1.0 a la Web 2.0, refiriéndose a esta última se define como la fase de la revolución digital, pues con la llegada del internet las organizaciones han tenido que adaptarse a estos cambios ya que se ha convertido en una condición necesaria para liderar el cambio.

El internet ha regresado al público las relaciones públicas; después de años de estar focalizadas en los medios, el público regresa al escenario. Los bloggers, los

medios online y otras formas de contenido web están permitiendo a las organizaciones comunicarse directamente con los compradores. PR es llegar a tu audiencia. (Meerman, 2011, como se citó en Silva & Elías, 2011).

De esta forma los consumidores pueden interactuar con la organización creando y produciendo contenido, lo que supondrá tener el control sobre la misma.

Plan de Comunicación

Contar con un plan de comunicación dentro de una institución ayudará a desarrollar el trabajo comunicativo de mejor manera, así mismo ayudará a organizar de manera eficaz el proceso comunicativo interno y externamente. En el plan se van a trazar las líneas por las cuales se va a guiar la organización y sus empleados, lo cual facilitará el seguimiento y evaluación de las actividades realizadas.

“La planificación de la comunicación es el proceso de racionalización de las operaciones de una institución. Regula la práctica de la comunicación y permite dar coherencia y orden a las operaciones comunicativas” (Muriel, Rota, 178). El plan comunicativo ayudará a mantener un proceso ordenado de las actividades a realizarse, de la misma manera permitirá evaluar la ejecución y cumplimiento de las mismas.

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA

En este capítulo se presenta las herramientas que se utilizarán en la investigación, las mismas son de carácter cualitativo y cuantitativo, y serán de ayuda para alcanzar el objetivo que se ha propuesto en este trabajo de grado. Esta tesis es de tipo investigación, debido a que se realizará una propuesta de un plan de comunicación externo para la institución con cada uno de los datos a obtener luego de realizar el diagnóstico respectivo de la comunicación externa en el GAD Parroquial de Palmas.

La metodología que se utilizará será la Investigación-Acción Participativa que ayudará en el diagnóstico a realizar sobre la comunicación de la institución, para luego proceder con la elaboración de estrategias de comunicación externa que, faciliten y mejoren la difusión de la información hacia el público externo; todo esto mediante un plan de comunicación que fundamentado por el diagnóstico, nos ayudará a obtener información crucial para realizar un planteamiento de estrategias de comunicación e implementarlas en el GAD Parroquial. Cabe recalcar que se utilizarán herramientas de investigación mixtas (cualitativas y cuantitativas) para una mejor comprensión del estado actual de la comunicación externa.

Según Rizo & Romeu (s.f.) nos dicen lo siguiente sobre la IAP:

La Investigación-Acción-Participativa (I-A-P) se enmarca dentro del pensamiento crítico, y es concebida como una investigación comprometida con el entorno, como una forma de investigar que persigue no sólo la obtención de conocimiento sino la mejora de las situaciones, los cambios, las transformaciones de lo que está siendo investigando.

El método de investigación a utilizar es de tipo mixto, ya que, se vio necesario implementar las herramientas de investigación cualitativa (entrevistas) y cuantitativa (encuestas) con el fin de recolectar información más confiable para el presente trabajo.

Investigación cualitativa

La investigación cualitativa puede ser utilizada a la hora de buscar información proporcionada por actores más cercanos al tema de investigación, en este caso las autoridades del GAD Parroquial, es por esto que podemos decir que, “La investigación cualitativa evita la cuantificación. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.” (Abdellah & Levine, 1994 citado en Pita & Pértegas, 2002)

Investigación cuantitativa

Según los autores Pita & Pértegas (2002) en su texto denominado Investigación cuantitativa y cualitativa nos dicen que:

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada. (p.1)

La utilización de estas dos herramientas ayudará a que se conozca de una manera más profunda el estado en el que se encuentra la comunicación externa y cuál es el punto de vista de la población sobre este apartado. Además, de conocer cómo las autoridades del GAD han

manejado o han pensado manejar el apartado de la comunicación externa de la institución, tomando en cuenta el tamaño de la parroquia y los diferentes factores que complican en cierta forma que la difusión de información se de manera correcta y no sea efectiva a la hora de llegar a cada uno de los hogares de la población.

Instrumentos de Investigación Cualitativa

Entrevista

La entrevista según la opinión de Corbetta (2007) “es una conversación provocada por un entrevistador con un número considerable de sujetos elegidos según un plan determinado con una finalidad de tipo cognoscitivo. Siempre está guiada por el entrevistador, pero tendrá un esquema flexible no estándar”.

Con las entrevistas se pretende encontrar y comparar diferentes testimonios de las autoridades del GAD Parroquial de Palmas y así, conocer el punto de vista que mantiene cada uno de los entrevistados sobre el estado actual de la comunicación externa y así identificar falencias a la hora de ejercer la comunicación hacia el público de la institución.

Para el trabajo de investigación se ha elaborado el siguiente cuestionario de entrevista, mismo que se presenta a continuación:

Estudiante: Erick Pacheco Espinoza

Tema: Diagnóstico y elaboración de un plan de comunicación externo para el GAD Parroquial de Palmas

Entrevista a miembros del GAD Parroquial

1. ¿Por qué cree que es importante la comunicación dentro de las instituciones?
2. ¿Cómo ha manejado el GAD la comunicación externa?

3. ¿En la institución se considera a la comunicación externa como un elemento planificado y fundamental?
4. ¿El GAD maneja o piensa manejar redes sociales para compartir información?
5. ¿Qué tipo de redes?
6. ¿Qué medio fuera de redes sociales utiliza el GAD para compartir información a la población?
7. ¿Qué información considera necesaria difundir en las redes sociales?

Objetivo de la entrevista

El principal objetivo que se busca cumplir al aplicar las entrevistas a las autoridades del GAD parroquial es identificar las falencias que estos notan o han notado dentro de la comunicación externa. Los puntos de vista de estas personas que se encuentran vinculadas directamente con la institución serán un aporte o complemento muy importante a lo que el público externo piensa sobre el tema que estamos abordando. Como se mencionó anteriormente, se busca percibir ciertos errores cometidos a la hora de difundir información por medios digitales o medios tradicionales, a su vez se encontrará medidas o soluciones brindadas por los mismo entrevistados que, por falta de recursos o conocimientos en el tema no han podido plasmarse en estrategias para aplicar en la comunicación externa del GAD.

Instrumentos de Investigación Cuantitativa

La Encuesta

Thompson (2006) nos dice que “La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”.

Este instrumento de investigación será muy importante en la implementación del plan de comunicación ya que ayudará a que se conozcan varias opiniones del público externo del GAD Parroquial sobre el manejo y difusión de la comunicación externa, además de conocer cuáles son los principales temas y medios que ayudarían a que la difusión de información tendría un mayor alcance e impacto en la población.

Cabe destacar que debido a la época de pandemia por la que atraviesan todos los países y tomando en cuenta las restricciones, las encuestas fueron aplicadas tanto de forma digital (Google Forms) como en forma física (banco de preguntas impresas) que ayudarán a obtener una mayor diversidad de opiniones sobre el tema a tratar.

Al igual que con las entrevistas para la aplicación de las encuestas se ha realizado un cuestionario de preguntas que se presenta a continuación:

Modelo de Encuesta

Universidad de Cuenca

Encuesta para la elaboración de tesis con el tema "Diagnóstico y elaboración de un plan de comunicación externa para el GAD Parroquial de Palmas" previo a la obtención del título de licenciatura en Relaciones Públicas y Com. Organizacional.

Nombre y Apellido

Género

Masculino

Femenino

Prefiero no decirlo

Comunidad

Santa Rosa

Palmas

Chalacay

Osoyacu

Jurupillos

Tuban

Jordán

Edad

- 1. ¿Usted está informado (a) sobre las actividades que el GAD Parroquial realiza dentro de la parroquia?**

Sí

No

- 2. ¿Por qué medio se entera de las actividades que se realizan o se han realizado dentro de la parroquia?**

Radio

Facebook

Periódicos cantonales

Ninguna de las anteriores

Otro:

3. ¿Usted cuenta con un perfil dentro de una red social?

Sí

No

4. ¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

Facebook

Instagram

Telegram

Twitter

WhatsApp

5. ¿A qué hora del día usted revisa con mayor frecuencia sus redes sociales?

06h00 - 08h00

08h00 - 10h00

10h00 - 12h00

12h00 - 14h00

14h00 - 16h00

16h00 - 18h00

18h00 - 20h00

20h00 - 22h00

22h00 - 24h00

- 6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la información brindada por parte de las autoridades del GAD Parroquial? Siendo 1 el más bajo y 10 el más alto.**

Insatisfecho 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Muy Satisfecho

- 7. ¿Cree usted que hace falta un medio por el que se transmita información a la parroquia?**

Sí

No

- 8. ¿Usted seguiría una página del GAD dentro de una red social?**

Sí

No

- 9. ¿Qué temas le parecen más relevantes para que sean publicados en la página social del GAD?**

Comunicados

Eventos a realizar

Actividades diarias

Proyectos ejecutados

Proyectos a ejecutar

Emprendimientos

Otro:

10. Con respecto a las publicaciones. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información mediante publicaciones en redes sociales? Si elige la opción "otro" por favor especifique su respuesta.

Diariamente

Una vez por semana

Dos veces por semana

Tres veces por semana

Otro:

Objetivo de la encuesta

Con las encuestas que se aplicarán para este trabajo de investigación se busca conocer las falencias que el público externo del GAD de Palmas percibe a la hora de recibir información por parte de la institución. Además, un punto muy importante es conocer los diferentes factores como hora, tipo de publicaciones, días para realizar las publicaciones, etc., que los encuestados ven como más idóneos para difundir la diferente información por parte del GAD. En resumidas cuentas, los resultados de las encuestas aplicadas servirán para tener un conocimiento previo sobre el estado de la comunicación externa de esta

institución y así poder elaborar un plan de comunicación de acuerdo a las necesidades que se tenga.

Universo: Habitantes de la parroquia Palmas comprendido desde la Comunidad de Santa Rosa hasta la comunidad de Jordán dando un total de 7 comunidades que forman parte de esta parroquia.

Población: La población a la que se realizará las encuestas será a personas que se encuentren en capacidad de contestar el formulario que se les brindará (jóvenes, adultos y adultos mayores) entre las edades de los 18 a los 65 años. Población finita.

Figura 1

Cálculo de muestra en una página web.

Calculadora de muestra

Nivel de Confianza : 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Tamaño de Muestra:

Fuente: Tomada de (Questionpro, n.d.)

Tamaño de muestra

Luego de haber aplicado la fórmula con los respectivos datos de acuerdo al número de la población de la parroquia obtenido en el Municipio de Sevilla de Oro (2,218), pero utilizando solamente el número de personas que cumplen el rango de edad a utilizar (1,151), el nivel de confianza requerido, que es el más habitual en este tipo de encuestas (95%) y el

margen de error (6%) el resultado ha sido de un total de 218 encuestas a realizar dentro de la Parroquia Palmas.

CAPITULO 3

DIÁGNOSTICO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Diagnóstico de la Cuenta de Facebook Utilizada por el GAD Parroquial de Palmas

El GAD de Palmas posee en su cuenta de Facebook de tipo personal y privada con 1.421 “amigos”. En dicha cuenta no existe mayor número de publicaciones lo que indica que no existe una planeación o un cronograma en cuanto a información a difundir en días específicos. Conociendo esto se ha visto necesario realizar un análisis de dicha cuenta de los últimos tres meses (mayo, junio y julio) con el objetivo de tener mayor información del manejo de este perfil social que nos ayudará en la elaboración del plan de comunicación.

Diseño e Información de la Cuenta

Foto de Perfil

Figura 2

Foto de perfil de la red social del GAD de Palmas



Fuente: *Facebook GAD de Palmas*

Como foto de perfil de esta red social se puede apreciar una imagen capturada al centro parroquial. La imagen no nos da a entender una razón social como sí lo haría el logo de la institución.

Foto de Portada

Figura 3

Foto de portada de la red social del GAD de Palmas vista en el inicio de la cuenta.

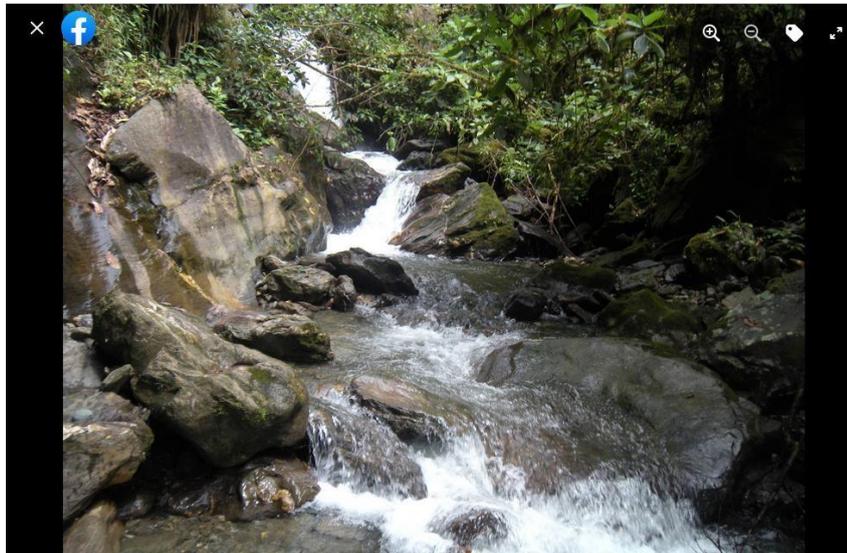


Gad Palmas

Fuente: *Facebook GAD de Palmas*

Figura 4

Foto de portada de la red social del GAD de Palmas



Fuente: *Facebook GAD de Palmas*

La imagen utilizada en la portada del perfil social es un riachuelo lo que no nos muestra ningún indicio sobre la institución. Las imágenes son de carácter paisajístico que dentro de un perfil de una institución no se deberían utilizar como medio para reconocer a la misma. Se podría utilizar el logo para la foto de perfil y como foto de portada algún tipo de eslogan o imagen referencial a la institución. Esto ayudará a que las personas puedan reconocer fácilmente que se trata de un perfil del GAD parroquial.

Diagnóstico de las entrevistas realizadas a las autoridades del GAD Parroquial de Palmas

El GAD Parroquial de Palmas está conformado por nueve personas entre los que constan el presidente, vocales, la secretaria, médico veterinario y conserje. Para realizar las entrevistas se pidió la colaboración del presidente Sr. Julio Ortiz y de dos vocales: Tnlgo.

Galo Moscoso y Lic. Jackie Verdugo, con la intención de obtener diferentes puntos de vista sobre la comunicación externa de la institución.

Para la entrevista se elaboró un banco de siete preguntas las cuales fueron aplicadas a las tres autoridades entrevistadas, como se mencionó anteriormente, esto se realizó con el fin de conocer su punto de vista, fallos y posibles soluciones a problemas en la comunicación externa del GAD.

Para realizar el respectivo análisis se tomó fragmentos de la entrevista que fueron las respuestas más acertadas y que solventaron las dudas de cada pregunta.

Pregunta 1: ¿Por qué cree que es importante la comunicación dentro de las instituciones?

Tnlgo. Galo Moscoso (Vocal):

La comunicación es de suma importancia ya que una organización que no comunica no puede funcionar de la mejor manera. Mantener una buena comunicación es esencial sobretodo para las instituciones públicas.

Lic. Jackie Verdugo (Vocal):

Es importante mantener a la población comunicada sobre las diferentes actividades que realiza la institución. Ahora en tiempos de pandemia es indispensable mantener informada a la población sobre cómo se está trabajando por el bienestar de todos y las medidas que se deben tomar para cuidar la salud de cada habitante de la parroquia.

Sr. Julio Ortiz (presidente):

Mantener una buena comunicación entre los integrantes del GAD y la población palmense es lo más idóneo ya que una buena comunicación ayudará a tener una buena

relación entre la institución y su audiencia favoreciendo cualquier actividad que se realice por el bienestar de la parroquia.

Pregunta 2: ¿Cómo ha manejado el GAD la comunicación externa?

Tnlgo. Galo Moscoso (Vocal):

Para mantener informada a la población se ha utilizado medios de comunicación tradicionales como entrega de volantes, perifoneo, también se comunica a los líderes de cada comunidad para que informen en sus sectores.

Lic. Jackie Verdugo (Vocal):

Se han utilizado publicaciones en Facebook, afiches y perifoneo. La comunicación externa se ha manejado de forma arbitraria ya que el GAD no cuenta con un departamento de comunicación que se encargue de todas las actividades comunicacionales.

Sr. Julio Ortiz (presidente):

Se ha utilizado la red social del GAD, además de volantes. WhatsApp, perifoneo que ayudan a una rápida comunicación. La comunicación dentro y fuera del GAD se maneja de manera arbitraria ya que el GAD no cuenta con el presupuesto para la implementación de un departamento de comunicación.

Pregunta 3: ¿En la institución se considera a la comunicación externa como un elemento planificado y fundamental?

Tnlgo. Galo Moscoso (Vocal):

En cierta medida, ya que al no contar con una persona que se encargue netamente del área de la comunicación la información se difunde conforme vaya dándose y clasificando la más importante para su difusión.

Lic. Jackie Verdugo (Vocal):

Lo considero planificado ya que se debe planificar cada una de las actividades realizadas y que se realizarán para obtener una correcta difusión de información.

Sr. Julio Ortiz (presidente):

Aunque no exista un departamento de comunicación se trata de mantener una buena planificación en cuanto a la comunicación externa respecta, con la ayuda de los compañeros vocales que manejan de una forma más fluida las redes sociales.

Pregunta 4: ¿El GAD maneja o piensa manejar redes sociales para compartir información?

Tnlgo. Galo Moscoso (Vocal):

El GAD cuenta con un perfil de Facebook y en la actualidad el uso de estos medios es indispensable para mantenernos comunicados.

Lic. Jackie Verdugo (Vocal):

Claro. Manejar redes sociales es una forma más rápida para compartir información al público meta.

Sr. Julio Ortiz (presidente):

Se utiliza Facebook que es manejado por un compañero vocal. Se espera que en un futuro se pueda utilizar otras plataformas como Twitter o Instagram. WhatsApp se utiliza para mantener la comunicación entre los que conformamos el GAD Parroquial.

Pregunta 5: ¿Qué tipo de redes?

Tnlgo. Galo Moscoso (Vocal):

Como se mencionó se utiliza Facebook y WhatsApp, pero en un futuro también se podría utilizar Twitter e Instagram.

Lic. Jackie Verdugo (Vocal):

WhatsApp, Twitter y porque no Instagram.

Sr. Julio Ortiz (presidente):

Se utiliza principalmente Facebook y WhatsApp. En un futuro se podría implementar Twitter.

Pregunta 6: ¿Qué medio fuera de redes sociales utiliza el GAD para compartir información a la población?

Tnlgo. Galo Moscoso (Vocal):

Como se mencionó anteriormente parte de la información se comparte mediante el perifoneo, volantes y afiches.

Lic. Jackie Verdugo (Vocal):

Se utiliza el perifoneo, el boca a boca, afiches y mediante comunicados a los líderes comunitarios para que ayuden con la difusión de la información.

Sr. Julio Ortiz (presidente):

Los métodos tradicionales como son el perifoneo, afiches y entrega de volantes.

Pregunta 7: ¿Qué información considera necesaria difundir en las redes sociales?

Tnlgo. Galo Moscoso (Vocal):

De ser posible toda la información ya que es fundamental mantener informada a la población sobre lo que se hizo, se hace y se hará dentro de la parroquia.

Lic. Jackie Verdugo (Vocal):

Considero que toda la información debería ser compartida con la población, pero principalmente se debe difundir información sobre proyectos, eventos, comunicados, entre otros.

Sr. Julio Ortiz (presidente):

Lo más importante sería información sobre obras ejecutadas, comunicados, eventos realizados, etc.

Análisis de resultados (Entrevistas)

Comunicación

Al preguntar sobre la importancia que tiene la comunicación para las instituciones de acuerdo a las respuestas se puede manifestar lo siguiente:

Los entrevistados comentaron que la comunicación en las instituciones ya sea interna o externa es de gran importancia. Es por eso que comentan que mantener una buena comunicación entre el GAD Parroquial y la población es de suma importancia ya que esto ayudaría con cualquier actividad que se vaya a realizar dentro de la parroquia.

La Lic. Jackie Verdugo menciona que en la actualidad en la que vivimos (pandemia) mantener comunicación con la población y así mismo un feedback es de vital importancia, esto debido a que a través de los medios digitales se puede informar sobre la situación que se vive en la parroquia y el cantón, así como las medidas que se están tomando para precautelar la salud de los habitantes.

Comunicación externa

En cuanto a la comunicación externa los entrevistados coinciden con la respuesta e indican que la misma se realiza de manera arbitraria, esto debido a que el GAD al ser una institución de gobierno pequeña no se cuenta con el presupuesto suficiente para integrar un departamento de comunicación que se encargue netamente del manejo y difusión de la información tanto de forma externa como interna.

Por años la comunicación externa se ha realizado mediante la utilización de herramientas de comunicación tradicionales, entre estas destacan: perifoneo, volantes, afiches, el boca a boca. Con la llegada del internet y las redes sociales el GAD de Palmas al igual que muchas instituciones en el mundo ha visto un aliado informático en dos principales medios digitales como son Facebook y WhatsApp.

Al preguntar sobre si la comunicación externa es un elemento planificado y fundamental para la institución existieron distintos criterios, donde dos de los entrevistados, el Sr. Julio Ortiz y el Tnlgo. Galo Moscoso, mencionaron que, la comunicación externa no es del todo planificada ya que, al no contar con una persona encargada de la comunicación, las publicaciones o difusión de información se va dando de acuerdo a la importancia de emitir un comunicado o la necesidad de llegar de forma rápida a la población palmense.

Por otro lado, la Lic. Jackie Verdugo mencionó que para que exista una correcta difusión de la información se planifica con anterioridad cada una de las actividades a realizar en la parroquia, lo que lleva a que también se planifique la forma en la que se comunicará dichas actividades a su público objetivo.

Redes Sociales

Los entrevistados mencionan que las redes sociales son fundamentales hoy en día para mantener una rápida difusión de la información. Así mismo comentan que el GAD Parroquial cuenta con un perfil de Facebook que es utilizado para realizar publicaciones con información importante. Del manejo de este perfil de Facebook se encarga uno de los vocales de la institución que, como mencionamos anteriormente, al no ser un profesional de la comunicación el manejo y difusión de información se hace de forma no profesional y por este motivo solamente se busca clasificar la información con mayor importancia y urgencia para que se transmita a la población. Dentro de este apartado cabe destacar que el GAD cuenta con un perfil privado en Facebook y no una fanpage que está abierta al público en general.

La red social WhatsApp se utiliza dentro del GAD para compartir información entre los diferentes integrantes que lo conforman. Así mismo se utiliza para realizar comunicados a los líderes de cada una de las comunidades que tiene la parroquia. Una de las autoridades menciona que esperan en el futuro poder contar con los medios necesarios para implementar redes sociales como Twitter e Instagram.

Medios tradicionales

Los medios tradicionales han sido utilizados prácticamente por todas las instituciones ya sean públicas o privadas a lo largo de los años y dentro del GAD parroquial no ha sido la excepción; al ser una institución pequeña y abarcar un territorio reducido las nuevas herramientas de comunicación no han tenido un gran impacto, esto debido a la falta de un buen manejo y la utilización de estrategias de comunicación. Es por esto que los medios tradicionales siguen siendo muy utilizados para realizar la difusión de información. Lo que ha contribuido para continuar con la utilización de los medios tradicionales es que la parroquia al ser de una zona rural cierta parte de los habitantes no cuentan con servicio de

internet o no se tiene conocimiento de las páginas digitales oficiales por las que se difunde la información. De igual forma la utilización de datos móviles es casi nulo en el sector, ya que la señal móvil es bastante deficiente para poder navegar en internet.

Los entrevistados mencionan la utilización del perifoneo para difundir información, ya que al ser una parroquia no muy extensa en territorio es factible recorrer por las comunidades informando sobre cierta situación o actividad dentro de la parroquia. También existe la utilización de afiches que se pegan en las oficinas del GAD y en las principales comunidades, aunque, la herramienta más utilizada es el perifoneo.

Tipo de información

Los entrevistados consideran que toda la información debería ser compartida para mantener al tanto a la población de lo que se hace desde el GAD. Sin embargo, considerando que no existe una persona que esté a cargo de las redes sociales de la institución de manera permanente, se clasifica la información tomando en cuenta la más importante y necesaria para difundir. También, mencionan que los principales temas a ser difundidos son: obras ejecutadas, posibles proyectos, comunicados y eventos realizados. Ahora en la actualidad que vivimos se realizan publicaciones a pedido de otras instituciones como el ministerio de salud para mantener informada a la población sobre las medidas que se están tomando, además de fomentar a que la población no baje la guardia ante el COVID.

Diagnóstico de las encuestas aplicadas en la Parroquia Palmas del Cantón Sevilla de Oro

Las encuestas se aplicaron a personas con un rango de edad desde los 18 hasta los 65 años de edad; estas personas fueron seleccionadas al azar para poder tener una mejor

percepción de lo que la población piensa sobre la comunicación externa del GAD parroquial.

Las encuestas fueron realizadas de manera digital (Google Forms) y de manera física.

La parroquia Palmas se encuentra conformada por 2.221 personas según el censo del INEC realizado en el 2010, como se mencionó anteriormente, el rango de edad va de los 18 a los 65 años de edad. Para conocer el número aproximado de personas con esta edad se utilizó información encontrada en el “Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Sevilla de Oro” que fue realizado en el año 2012 con datos del INEC. Según estos datos la parroquia Palmas tiene alrededor de 1.151 personas que conforman ese rango de edad, por lo cual al aplicar la fórmula respectiva nos da que se deben aplicar 218 encuestas. La mayor parte de encuestas fueron realizadas en Google Forms ya que por la pandemia que se vive en el mundo salir de casa en casa se dificulta por el riesgo que conlleva tener contacto físico con las personas, además, de que al ser una parroquia rural las viviendas se encuentran bastante alejadas. Pese a esto con la ayuda de los locales comerciales del centro de la parroquia se pudo realizar encuestas físicas a las personas que llegaban a realizar compras en los mismos.

Tabla 1

Rango de edades de los encuestados.

Rango de edad	%
18 a 25 años	45.87%
26 a 35 años	26.14%
36 a 45 años	13.30%
46 a 55 años	10.09%
55 años en adelante	4.59%

Fuente: *Elaborado por el autor.*

Como se puede apreciar en la tabla anterior, las encuestas fueron aplicadas a varias personas, entre hombres y mujeres, de edades comprendidas entre los 18 y 65 años; las personas con este rango de edad fueron escogidas por tener un mayor interés sobre los acontecimientos que se dan dentro de la parroquia, así como con los temas relacionados al ámbito político.

Muchos adultos mayores no cuentan con redes sociales por lo que se realizaron encuestas físicas para poder contar con la opinión de este grupo de personas, aun así, algunas personas que manejan plataformas como Facebook realizaron las encuestas de manera digital.

Comunidades encuestadas

La parroquia Palmas del cantón Sevilla de Oro cuenta con 7 comunidades siendo el centro parroquial la comunidad con un mayor número de habitantes. La aplicación de las encuestas se realizó únicamente a personas de estas comunidades realizándose de forma aleatoria para una mejor captación de opiniones.

Tabla 2

Muestra de encuestas

Comunidades encuestadas	Personas encuestadas
Santa Rosa	41
Palmas	106
Chalacay	21
Osoyacu	18
Jurupillos	16
Tubán	8
Jordán	8
Total de encuestados	218

Fuente: *Elaborado por el autor.*

Diagnóstico de las encuestas Realizadas a los Habitantes de la Parroquia de Palmas

Dentro de este apartado se realizará un análisis de acuerdo a los resultados de cada una de las encuestas. Con esto se busca obtener el porcentaje de personas que piensan estar informadas sobre las actividades que se realiza en la parroquia, la posible necesidad de un medio por el cual enterarse de cualquier suceso dentro del GAD Parroquial, además, de obtener datos para poder establecer un horario para la publicación de información; esto de acuerdo al nivel de urgencia de la información a difundir. Con los resultados obtenidos se

podrá reforzar las estrategias utilizadas por la institución o dar paso a la elaboración de nuevas estrategias que ayuden con la solución a posibles problemas o dar solución a las falencias de la comunicación externa.

Datos obtenidos de la encuesta

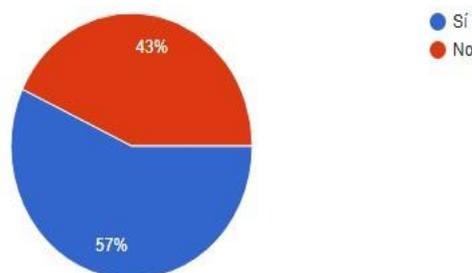
En este apartado se dará a conocer los datos obtenidos luego de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia Palmas, en su mayoría personas mayores a los 18 años que puedan opinar sobre las actividades que se realizan dentro y fuera del GAD Parroquial de Palmas.

Pregunta 1. ¿Usted está informado (a) sobre las actividades que el GAD Parroquial realiza dentro de la parroquia?

Figura 5

Nivel de información de los ciudadanos de la parroquia Palmas sobre las actividades que realiza el GAD.

¿Usted está informado (a) sobre las actividades que el GAD Parroquial realiza dentro de la parroquia?
221 respuestas



Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

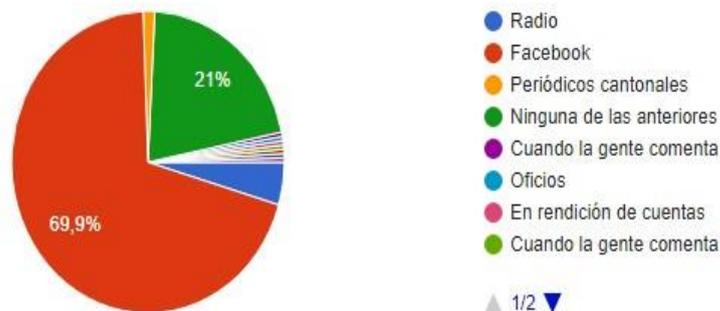
Del 100 % de las personas encuestadas el 57% equivalente a 126 personas dijeron sí estar al tanto sobre lo que el GAD realiza dentro de la parroquia, mientras que el 43% equivalente a 95 personas, supieron manifestar que no se encuentra informadas sobre los diferentes procesos, proyectos, comunicados, capacitaciones, entre otros, que realiza el GAD Parroquial. Del grupo de muestra que se utilizó para realizar las encuestas cerca de la mitad no se encuentran informados sobre las actividades o proyectos que realiza el GAD lo que deja en evidencia la falta de un proceso de difusión de información adecuado y planificado que ayude a que existan un número mucho más grande de personas que conozcan las actividades que realiza el GAD en beneficio de la población palmense.

Pregunta 2. ¿Por qué medio se entera de las actividades que se realizan o se han realizado dentro de la parroquia?

Figura 6

Medios de información de actividades del GAD Parroquial

¿Por qué medio se entera de las actividades que se realizan o se han realizado dentro de la parroquia?
218 respuestas



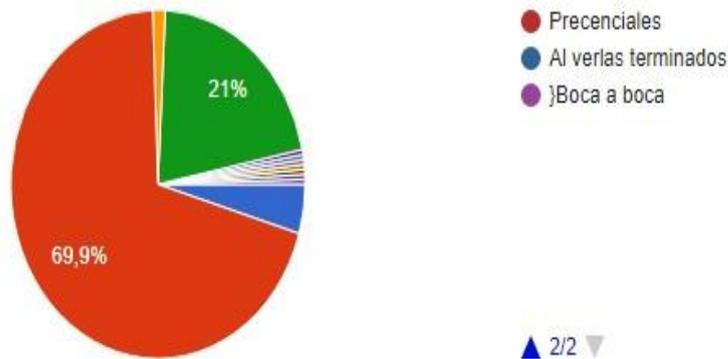
Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

Figura 7

Medios de información de actividades del GAD Parroquial

¿Por qué medio se entera de las actividades que se realizan o se han realizado dentro de la parroquia?

218 respuestas



Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

La mayor parte de encuestados 69,9% manifestó que se enteran sobre actividades o proyectos que realiza el GAD mediante la red social Facebook, esto gracias a que la gente comparte la información que difunde el señor presidente del GAD ya que por ese medio es por el cual se difunde con mayor frecuencia la información con respecto al GAD lo que provoca en cierta medida la desinformación esto debido a que muchas personas no tienen agregado a la máxima autoridad de esta institución en su lista de “amigos”. De igual manera el GAD al no contar con una fanpage y solamente tener un perfil “privado” ocasiona que las personas tengan que enviar solicitudes para ver lo que se publica por parte de la institución. Algunos encuestados también comentaron que no tenían conocimiento de que la institución contaba con un perfil en Facebook.

El 4,6% señaló que se enteran de diferentes acontecimientos del GAD por la radio del cantón, el 1,4% obtienen información de los diferentes periódicos cantonales que son semanales, el 21% manifestó que no reciben información por ninguno de estos medios y el

1,5% dijo que se enteran por el “boca a boca” que sería la información que reciben otras personas por los medios antes mencionados y la pasan a estas personas.

Al observar el porcentaje de personas que no tienen información sobre las actividades del GAD se puede evidenciar que el no manejar una red social pública afecta en la información y esto puede llevar a tener grandes descontentos en la población.

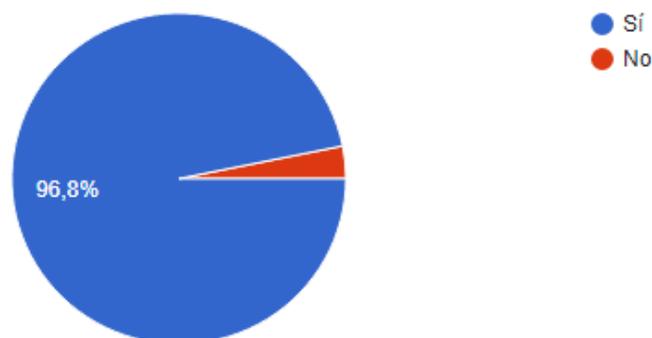
Pregunta 3. ¿Usted cuenta con un perfil dentro de una red social?

Figura 8

Personas que cuentan con una cuenta en una red social.

¿Usted cuenta con un perfil dentro de una red social?

221 respuestas



Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

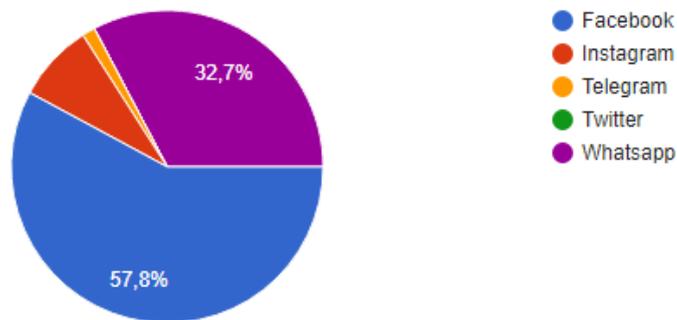
Pregunta 4. ¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

Figura 9

Redes sociales más usadas por la población palmense.

¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

221 respuestas



Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

Interpretación

El 57,8% de encuestados maneja con mayor frecuencia la red social Facebook, lo que es bastante favorable y deja en evidencia que la implementación de una fanpage es viable. Según este dato podemos centrarnos en implementar estrategias para lograr que las personas puedan tener mayor conocimiento de la presencia del GAD parroquial en redes sociales.

También se puede notar que WhatsApp es la segunda red social más utilizada por la población palmense lo que también se podría utilizar a favor del GAD para tener un canal de comunicación más seccionado y de mayor alcance y respuesta.

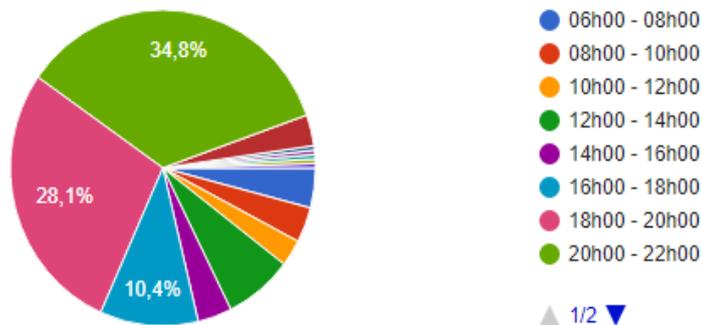
Pregunta 5. ¿A qué hora del día usted revisa con mayor frecuencia sus redes sociales?

Figura 10

Hora más frecuentada en las redes sociales

¿A qué hora del día usted revisa con mayor frecuencia sus redes sociales?

221 respuestas



Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

Conocer la hora en la que las personas se encuentran activas dentro de las redes sociales puede ser de gran ayuda para la institución. Con esta información se puede planificar de manera correcta la difusión de la información, teniendo en cuenta las horas de mayor presencia de las personas en Facebook. Sin embargo, cabe recalcar que, si se necesita comunicar algo con carácter urgente, se debe realizar la publicación a cualquier hora del día.

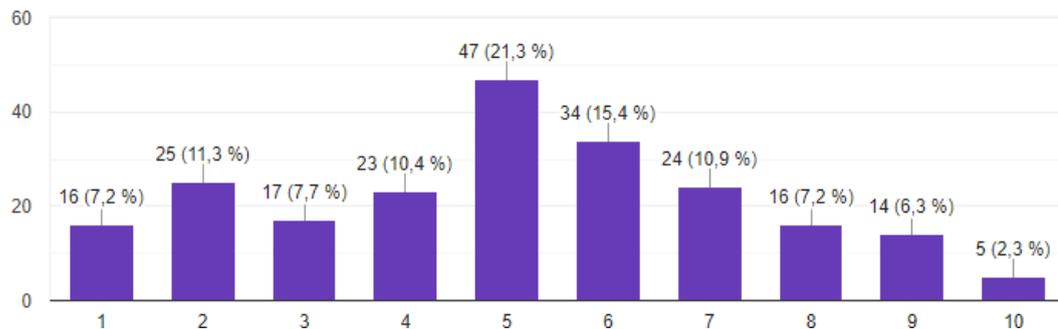
Pregunta 6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la información brindada por parte de las autoridades del GAD Parroquial? Siendo 1 el más bajo y 10 el más alto.

Figura 11

Nivel de satisfacción con la información brindada por el GAD.

¿Cuál es su nivel de satisfacción con la información brindada por parte de las autoridades del GAD Parroquial? Siendo 1 el más bajo y 10 el más alto.

221 respuestas



Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

Podemos observar que un gran porcentaje de los encuestados se sienten medianamente satisfechos con la información que brinda el GAD sobre las actividades que realiza o cualquier suceso que se dé dentro de la institución. Aunque el porcentaje que dice sentirse poco satisfecho por la información que da el GAD a la ciudadanía es menor a al porcentaje que se encuentra un poco más satisfecho podemos deducir que en cierta forma el GAD debe mejorar este apartado, debido a que al ser una institución pública los estándares de satisfacción deben tratar de mantenerse siempre en el mayor nivel. Buscar estrategias para mejorar el nivel de satisfacción es sumamente necesario para crear un mejor vínculo con el público y mantener a la población al tanto de lo que sucede dentro de la institución.

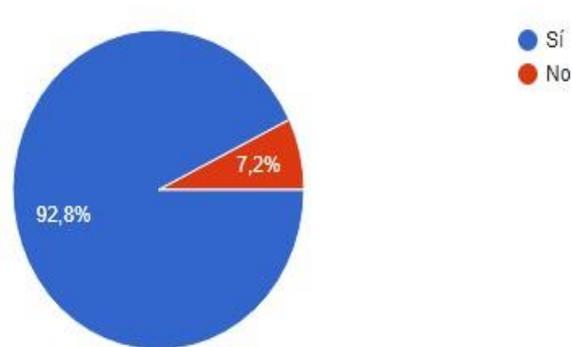
Pregunta 7. ¿Cree usted que hace falta un medio por el que se transmita información a la parroquia?

Figura 12

Nivel de aceptación de un medio de información por parte del GAD.

¿Cree usted que hace falta un medio por el que se transmita información a la parroquia?

221 respuestas



Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

La mayor parte de encuestados dijo ver positiva la creación de un medio social para que se publique todo lo relacionado con el GAD parroquial ya que a veces se realizan eventos de diferente clase y por la falta de información no pueden acudir a los mismos. Cabe destacar que muchas de las personas no tenían conocimiento del perfil de Facebook que tiene la institución y mencionan que realizar una promoción de la misma sería de gran utilidad para poder seguir la fanpage y estar al tanto de los diferentes sucesos en la parroquia.

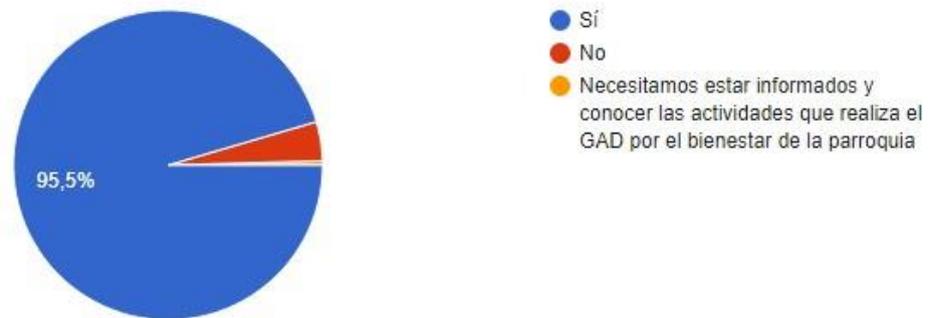
Pregunta 8. ¿Usted seguiría una página del GAD dentro de una red social?

Figura 13

Porcentaje de personas que seguirían la página social del GAD.

¿Usted seguiría una página del GAD dentro de una red social?

221 respuestas



Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

El mayor número de encuestados mencionan que si seguirían la fanpage del GAD parroquial, esto debido a que les interesa estar informados, en mayor parte, de los diferentes sucesos y hechos que se realicen en la parroquia.

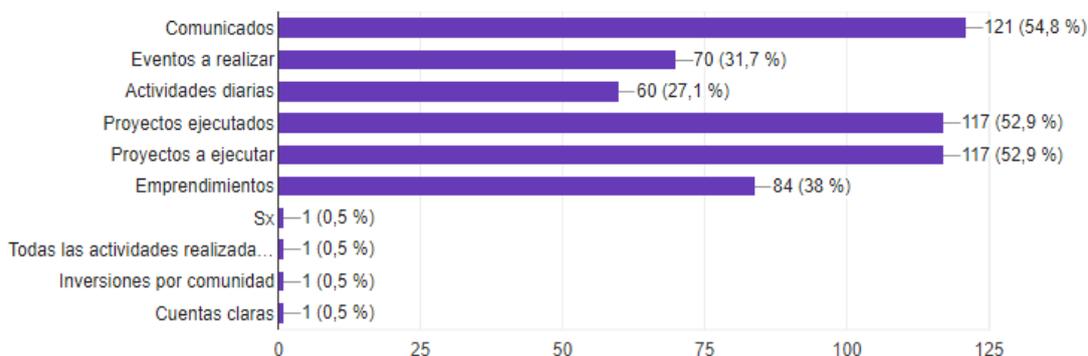
Pregunta 9. ¿Qué temas le parecen más relevantes para que sean publicados en la página social del GAD?

Figura 14

Temas más importantes a comunicar en la página social del GAD.

¿Qué temas le parecen más relevantes para que sean publicados en la página social del GAD?

221 respuestas



Fuente: Datos de la encuesta elaborado por el autor.

En mayor parte lo que la población ve como prioridad para ser difundido son los diferentes comunicados, supieron manifestar que en ocasiones existe la entrega de kits alimenticios para los adultos mayores, brigadas del ministerio de salud que realizan diferentes tipos de exámenes, entre otros sucesos que se dan en el centro parroquial y no llegan a “oídos” de la población y más bien se enteran cuando ya todo ha pasado, es así que podemos verificar en los resultados que la mayor parte de encuestados priorizan este apartado.

También priorizan la difusión de proyectos ejecutados y a ejecutar en un futuro, esto debido a que las obras son sumamente importantes para la población y conocer sobre estos beneficia a ambas partes ya que se puede tener opiniones sobre el posible proyecto y obtener ayuda para mejorar su ejecución.

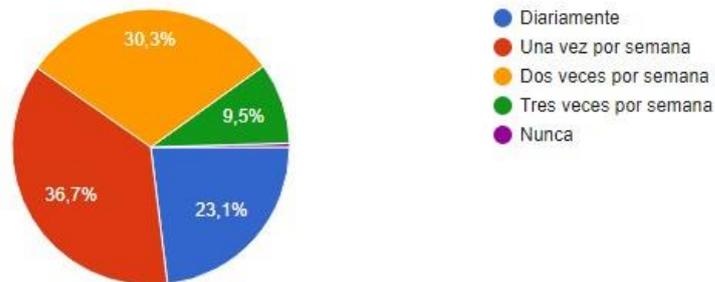
Pregunta 10. Con respecto a las publicaciones. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información mediante publicaciones en redes sociales? Si elige la opción "otro" por favor especifique su respuesta.

Figura 15

Tiempo estimado para recibir publicaciones por parte del GAD

Con respecto a las publicaciones. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información mediante publicaciones en redes sociales? Si elige la opción "otro" por favor especifique su respuesta.

221 respuestas



Fuente: *Datos de la encuesta elaborado por el autor.*

Los encuestados mencionan que ven bastante acertado el que por parte del GAD se realice al menos una publicación por semana, pero de una manera bastante detallada en la que se informe cuáles fueron los sucesos más relevantes que se hicieron por parte de la institución. Cabe destacar que al ser una institución pequeña no existe gran manejo de información por lo que las publicaciones, acertadamente se pueden realizar al menos una vez por semana. También mencionamos anteriormente que publicaciones de carácter prioritario o urgente deberán ser publicadas al instante.

Análisis de Resultados de las Encuestas

Luego de aplicar las encuestas a la población palmense y analizar cada una de las preguntas desde los diferentes puntos de vista y opiniones, podemos decir que mucha de la información que se emite por parte del GAD es difundida por el presidente de dicha

institución, desde su cuenta personal de Facebook. Esto puede llegar a generar muchos inconvenientes ya que las personas que no tienen agregado al presidente del GAD en su lista de contactos no pueden tener conocimiento de la diferente información que dicha autoridad pública.

Lo mismo sucede con el perfil social de la institución, al ser este un perfil privado las personas que no tienen en su lista de amigos dicho perfil no pueden tener conocimiento sobre lo que la institución trata de difundir. Sin embargo, el medio por el cuál más dicen llegar a enterarse de lo que se realizará por parte de la institución es la plataforma Facebook, que de igual forma los encuestados mencionaron que es gracias a que las personas que sí tienen en sus contactos estas dos cuentas comparten las publicaciones y pueden llegar a más personas, pero esto no es en todos los casos, existen ocasiones en las que se pretende realizar cierto evento, reuniones, entre otros y la gente no tiene conocimiento de éstas. Un gran porcentaje de adultos que no cuentan con redes sociales mencionaron que se debería buscar un medio por el que ellos también puedan tener conocimiento ya que el manejo de redes sociales para ellos es complicado.

Casi el 100% de los encuestados dijeron estar de acuerdo en la creación de un medio por el cual se difunda información al menos una o dos veces por semana donde se dé a conocer lo que realizó la institución y sus colaboradores a lo largo de la semana. Al tener datos de que la plataforma Facebook es la más concurrida por los pobladores y que la hora del día en la que más están activos dentro de ésta es en la noche se puede hacer una recolección de datos profunda para realizar las publicaciones de carácter informativo, mencionando por puntos que proyectos dieron inicio o qué obras finalizaron, actividades y eventos realizados, entre otros.

CAPITULO 4

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados Generales

En base a las respuestas obtenidas luego de haber aplicado las encuestas sobre la comunicación externa en diferentes comunidades de la parroquia Palmas, se puede evidenciar que el grupo de personas encuestadas ve ciertos errores en los procesos que se utiliza para la selección y difusión de información hacia el público objetivo de la institución.

Al analizar cada uno de los apartados utilizados para el diagnóstico de comunicación externa se evidencia la falta de estrategias para el manejo y difusión de información tanto en medios offline como online. La falta de un departamento de comunicación o de una persona experta en comunicación ha sido una de las principales causas para que el manejo de la información no sea el correcto, esto porque al ser una institución pública pequeña no cuentan con los fondos necesarios para la contratación de una persona capacitada en este apartado. A lo largo de los años la comunicación se ha manejado dentro de la institución de manera arbitraria, utilizando en mayor porcentaje los medios tradicionales como el perifoneo y los afiches. Con la llegada de las redes sociales desde el GAD se ha buscado evolucionar y acoplarse a esta nueva forma de manejar la información en las instituciones y aunque no exista una persona que sus funciones sean principalmente encargarse del manejo, selección y difusión de información se ha visto la necesidad de que una persona integrante del grupo de trabajo del GAD se haga cargo de esto.

Como parte de los resultados de las encuestas se puede apreciar que un gran número de personas dicen si estar informados sobre las actividades que realiza el GAD dentro de la parroquia, pero cabe destacar que al analizar la red social de la institución no existe un

UCUENCA

movimiento continuo en la misma, sin embargo, las personas se informan en su mayoría mediante el perfil personal de Facebook del presidente del GAD en el que sí se puede evidenciar un mayor movimiento de información sobre lo que se realiza en el GAD y la misma se difunde por la plataforma al ser compartido por las personas que lo tienen agregado como amigo en sus perfiles sociales de Facebook. La información difundida por esta plataforma llega de manera mucho más oportuna a las personas que están en este medio, pero todavía existe un problema; el GAD no cuenta con una fanpage sino más bien utilizan un perfil privado al que se tiene que enviar una solicitud para poder ver lo que se publica. Es así que al notar que el mayor número de personas ve a Facebook como la plataforma mayormente utilizada, optimizar y potenciar este perfil social, ya existente, de la institución es lo primordial para poder mantener una buena comunicación con la población de la parroquia. Una de las ventajas que da es que se puede ser más oportunos y rápidos con la difusión de cierto comunicado que se quiera realizar, así como también se lo puede hacer a cualquier hora del día y desde cualquier lugar en el que el encargado de la página de Facebook se encuentre.

Existe un pequeño grupo de personas, en su mayoría adultos mayores, que su única fuente de información son los medios tradicionales como radio, tv, en el caso de esta parroquia, el medio tradicional más utilizado es la radio (Semilla de Belén 88.1 Fm) ubicada en el centro cantonal, la misma posee cobertura en casi todas comunidades del cantón. Un problema con esto es que el GAD parroquial de Palmas no utiliza dicho medio para transmitir su información, esto por razones económicas o de tiempo.

También se pudo observar que al preguntar en las encuestas sobre la satisfacción que tienen con la información brindada por el GAD los resultados no son muy acogedores ya que el mayor porcentaje de encuestados menciona estar en un nivel de satisfacción entre un 5 y 6 sobre 10 que era el mejor resultado. Para mejorar significativamente este apartado se deberá

implementar diferentes estrategias que ayuden a que la institución sea lo más transparente posible y el público pueda estar siempre al tanto de lo que sucede dentro de la institución.

DISCUSIÓN

Conociendo las diferentes problemáticas que afectan al GAD para mantener una buena comunicación externa con su público es evidente la necesidad de estrategias de comunicación que ayuden a solventar los problemas que se tiene a la hora de informar a la población sobre las diferentes actividades que realiza la institución. Es por esto que, de acuerdo con Kreps (1995) citado en Vásquez (2003) La comunicación externa se utiliza para proporcionar información persuasiva a los representantes del entorno acerca de las actividades, productos o servicios de la organización. La información enviada por medio de canales externos puede utilizarse para influir sobre las actividades de los individuos y de los grupos en el entorno relevante (p. 5).

El uso correcto de diferentes herramientas para comunicar al público externo de las instituciones es algo nuevo para instituciones pequeñas como lo son los GADs rurales, hoy en día se puede utilizar diferentes herramientas digitales que ayuden con la comunicación entre la institución y su público, y viceversa, al conocer esto podemos decir que:

Las redes sociales son un nuevo canal de negocios para las empresas, en el que captar a nuevos clientes, pero también te permite hacer muchas más cosas: seleccionar personal, comunicarse con empleados y otras personas, darse a conocer y crear marca, ganar una reputación, establecer redes profesionales y de otro tipo, tener conocimientos del sector en tiempo real, etc. Muchas veces el efecto viral que puede tener una comunicación o una campaña en las redes sociales puede ser impresionante y puede hacer que se “oiga la empresa” (essedi, 2018).

Conociendo todo el implementar estrategias de comunicación para mejorar estos procesos es fundamental por eso se optará por realizar un plan de comunicación para que la persona encargada de transmitir la información pueda tener una ayuda y mejorar dicho proceso.

Según Wrobel (2015) citado en Barreira (2017):

Un plan de comunicación de un modo esencialmente pragmático, es el documento que reúne los objetivos, audiencias, mensajes, recursos, estrategias y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la empresa.

Por sus características, su objetivo principal es Informar, Influcidar o Persuadir a las diversas audiencias sobre determinados asuntos de interés. No existe un verdadero Plan de Comunicaciones que no contenga al menos uno de esos objetivos. Por otra parte, no existe un modelo único de plan. Hay distintos tipos de planes, de acuerdo a necesidades y objetivos completamente diferentes (pág. 12).

CAPITULO 5

Propuesta del Plan de Comunicación Externo para el GAD Parroquial de Palmas

Introducción

Un buen manejo de la comunicación dentro y fuera de una institución puede llegar a ser fundamental para que una empresa o institución tenga éxito o llegue a desaparecer dentro de la zona geográfica en la que se encuentra. Si se trata de una institución pública, la información brindada a su público debe ser clara, veraz y oportuna. Por lo tanto, los lineamientos que se deben seguir para la difusión de información deben ser bastante claros y sobre todo oportunos para que la mayor parte de la población conozca lo que la institución ha estado haciendo por el bienestar de la población. Es así que se procede a realizar una

UCUENCA

propuesta de un plan de comunicación externa que ayudará al GAD parroquial de Palmas a tener una guía para realizar sus publicaciones, anteponiendo la información que a la población le parece de mayor importancia; ajustándose a un horario en el que una publicación realizada desde el GAD pueda llegar a más personas y así tener una difusión correcta y por ende obtener un feedback que aporte a mejorar la comunicación.

Visión:

Hacer del GAD Parroquial de Palmas una institución transparente, que mantenga una difusión de la información de manera correcta para que la población de Palmas se mantenga al tanto de lo que se hace y se hará por el bienestar de la parroquia.

Misión:

Aportar con información clara y precisa desde el GAD hacia los pobladores de la parroquia utilizando herramientas de comunicación digitales, complementando las mismas con herramientas de comunicación tradicionales que ayudarán a que más personas se mantengan informadas.

Público Objetivo

Ubicación Geográfica:

Ecuador, provincia del Azuay, cantón Sevilla de Oro, parroquia rural Palmas

Género:

Femenino-Masculino

Edad:

De los 18 a los 65 años

Objetivo General

Diseñar un plan de comunicación externa que ayude al GAD Parroquial de Palmas a mejorar la calidad de la difusión de información fuera de la institución, permitiendo que los pobladores se mantengan informados de lo suscitado dentro del GAD.

Objetivos Específicos

- Mejorar el uso de los medios de comunicación online para que la difusión de información sea eficaz y a su vez se pueda obtener un feedback con el público externo.
- Crear pautas que ayuden a la organización a mantener una correcta difusión de la información, buscando realizar las publicaciones dentro de un horario previamente establecido.
- Adaptar el uso de los medios tradicionales y online de manera que al trabajar conjuntamente con estas herramientas se logre obtener mejores resultados comunicativos.

Estrategias y Actividades

Las diferentes estrategias y actividades serán propuestas de acuerdo a las falencias que se encontró al realizar las encuestas y entrevistas dentro del diagnóstico; buscando así, ayudar a que la difusión de la información online pueda llegar a más personas y complementar los medios tradicionales que utiliza el GAD para difundir información.

Las estrategias y actividades serán divididas en medios online y offline para un mejor uso de los recursos que tiene el GAD parroquial.

Herramientas de comunicación Online

Estrategia 1

UCUENCA

Potenciar los canales de comunicación (Facebook, WhatsApp) con el fin de que el público de la institución se mantenga informado de los acontecimientos que suceden dentro y fuera del GAD.

Descripción de la Estrategia

Mantener actualizados cada uno de los perfiles sociales que maneje el GAD sobre todo la red social Facebook que es el medio principal de comunicación.

Actividades

- Crear una fanpage desde el perfil social (Facebook) de la institución y adecuarlo para que el público logre identificarlo.
- Promocionar la página del GAD a través de los miembros que conforman la institución.
 - En folletería y material comunicacional insertar el nombre de la página e incitar a seguirla.
 - Mediante el vocero de la institución (presidente del GAD) incitar a seguir la página en los distintos eventos que se realicen dentro de la parroquia.
- Crear espacios a través de la fanpage en la que se pueda realizar actividades como:
 - Impulsar emprendimientos
 - Datos curiosos de la parroquia y sus comunidades
 - Mensajes de “buen inicio de semana”, notas de pesar, etc.
 - Compartir fotografías sobre los distintos lugares turísticos de la parroquia

Estrategia 2

Contar con un canal de comunicación el cual su única función sea resolver cualquier duda o solicitud que tengan los miembros de la institución, así como un medio que atienda a las personas externas a la institución.

Descripción de la Estrategia

UCUENCA

Descubrir nuevas herramientas de comunicación que ayudan a mantener una comunicación rápida y eficaz con las personas. En el caso de los miembros de la institución potenciar WhatsApp y en el caso del público de la institución utilizar las respuestas automáticas de Facebook que ayudarán a una rápida contestación en los mensajes.

Actividades

- Crear un grupo dentro de la plataforma WhatsApp con los/las líderes de cada comunidad.
- Implementar la opción de respuestas automáticas de Facebook para tener respuestas rápidas y concretas a los mensajes recibidos en las páginas.
- Incentivar la utilización del correo electrónico de la institución para realizar comunicados o invitaciones que sean de carácter más formal.

Estrategia 3

Fomentar al público de la institución a que mantengan un feedback con cualquier información que se difunda desde el GAD.

Descripción de la Estrategia

Incentivar mediante publicaciones en redes sociales para que las personas participen activamente en las diferentes actividades que se realizan en la parroquia, así como con las publicaciones que se harán en las redes sociales. De esta manera se puede dar recompensas que incentiven la participación. Las recompensas pueden ser la entrega de diferentes insumos que entrega el GAD como parte de proyectos con la población.

Actividades

- Realizar publicaciones que incentiven a participar en las diferentes actividades que realiza el GAD.
- Dar recompensas por permanecer activos con la página.
- Responder de manera correcta y ordenada comentarios de publicaciones realizadas.

Estrategia 4

Establecer directrices para la recolección de información, así como para definir horarios específicos para realizar las publicaciones en las redes sociales del GAD.

Descripción de la Estrategia

Realizar las publicaciones de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas anteriormente con los temas que son de mayor interés para el público. Información o comunicados de carácter urgente serán publicados al instante.

Actividades

- Priorizar la utilización de la página oficial de Facebook del GAD.
- Realizar dos publicaciones por semana sobre temas de interés (obras, proyectos sociales, etc.)
- Crear una plantilla que se utilice para las publicaciones.
- Monitorear los medios de comunicación para obtener información.

Herramientas de comunicación offline

Estrategia 1

Elegir las herramientas de comunicación offline más eficaces con las que se trabajara conjuntamente con las herramientas de comunicación online.

Descripción de la Estrategia

La utilización de herramientas de comunicación offline, que dentro de la institución las más utilizadas son el perifoneo y la elaboración de afiches, será un complemento a las herramientas de comunicación online con el fin de obtener un mayor alcance a la hora de difundir cierta información por parte del GAD hacia la población de la parroquia Palmas.

Actividades

- Analizar los resultados que han dado tanto, el perifoneo como la colocación de afiches en espacios públicos a la hora de difundir información.

UCUENCA

- Escoger una de estas dos herramientas para priorizarla a la hora de trabajar con las redes sociales.

Estrategia 2

Analizar diferentes espacios en las comunidades de la parroquia para realizar la difusión de información mediante afiches y el perifoneo (medios tradicionales).

Descripción de la Estrategia

Redactar información (comunicados, eventos, Obras ejecutadas) difundida en las redes sociales de manera que la misma se pueda plasmar en afiches y el perifoneo, y así realizar la difusión de información en los lugares públicos previamente elegidos para obtener un mayor alcance con la transmisión de información.

Actividades

- Definir distintos puntos en la parroquia que puedan ser utilizados para pegar afiches con la distinta información que el GAD busque difundir.
- Definir la mejor ruta para que el perifoneo sea más efectivo a la hora de recorrer la parroquia.

Materiales/Medios a utilizar

Estrategia 1

- Internet
- Facebook
- Computadora/Teléfono celular

Estrategia 2

- Internet
- WhatsApp
- Opción de respuestas automáticas
- Correo electrónico

Estrategia 3

- Facebook
- Plantas frutales, animales domésticos, abonos, etc.

Estrategia 4

- Facebook
- Adobe Illustrator
- Radios, prensa escrita

Estrategia 5

- Vehículo para el recorrido
- Google Maps para definir la ruta

Medios de verificación

- Captura de pantalla de la Fanpage del GAD
- Estadísticas de Facebook para verificar el crecimiento de la página
- Captura de pantalla para verificar el sistema de recompensas y realizar la entrega de los insumos
- Monitoreo de medios para verificar que las publicaciones se realicen frecuentemente
- Prueba mediante mensaje a la página para verificar el uso de las respuestas automáticas de Facebook

CONCLUSIONES

Al realizar este trabajo de titulación se ha buscado encaminar cada una de las actividades realizadas en función de los objetivos planteados. Como objetivo general se buscó diseñar un plan de comunicación externa que contribuya con la gestión y difusión de la información al utilizar medios de comunicación digitales y como objetivos específicos tenemos el diagnosticar los diferentes procesos comunicacionales externos del GAD parroquial; elaborar un plan de comunicación externo con estrategias comunicativas que ayuden con la difusión de información a la ciudadanía y definir las directrices para que el responsable del área de comunicación del GAD aplique el plan de comunicación. Al haber realizado cada una de las actividades para alcanzar la finalidad de este trabajo se puede decir que:

- Se pudo evidenciar que la falta de un encargado de la comunicación de la institución es necesario ya que una persona capacitada en temas comunicacionales puede ayudar con diferentes métodos y estrategias para que, tanto la imagen de la institución como su credibilidad y transparencia sean los más idóneos.
- Al realizar el diagnóstico de comunicación externa se apreció que existe una falta evidente de la utilización de medios online que ayuden a una correcta comunicación de la institución con su público externo. No existe una planificación adecuada sobre lo que se desea comunicar y cuándo y cómo se lo debe hacer, en sí no existe una guía que ayude a la persona encargada de este apartado a cómo hacerlo de manera correcta.

UCUENCA

- El utilizar Facebook de manera incorrecta, siendo que para una institución pública se necesita de la ayuda de una fanpage para mejor recepción y mayor alcance con el público objetivo del GAD parroquial de Palmas ha hecho que muchas de las personas se sientan inconformes con la transparencia de la institución haciendo que se vea a la misma con poca credibilidad.
- Se analizó mediante la implementación de encuestas y entrevistas cuáles son los procesos comunicativos que necesitan un mayor enfoque y así implementar estrategias que puedan hacer que dichos procesos y herramientas de comunicación lleguen a ser más efectivas tanto a la hora de comunicar como al momento de recibir un feedback.
- También se buscó directrices a partir de las encuestas que ayuden a la elaboración de un plan de comunicación, mismo que ayudará a que se establezcan ciertas normas o pautas para que la persona que se encargue del manejo de la comunicación externa pueda sobrellevar de la manera más adecuada posible los diferentes canales de comunicación online y offline que maneja el GAD.
- Con el plan de comunicación se busca tener una guía en la que el presente equipo de trabajo del GAD parroquial y sus predecesores puedan aplicarlos de manera que se trabaje con el fin de que la población de Palmas conozca los diferentes trabajos que se realizan en favor de la parroquia. Como se mencionó solamente es una guía que pueda

estar sujeta a cambios de acuerdo a los avances tecnológicos y necesidades de la institución y su público que se vayan dando conforme transcurra el tiempo.

Con todo lo anterior podemos decir que, las redes sociales en la actualidad han tomado un papel mucho más importante para las personas, así como para las instituciones, como mencionamos anteriormente al ser una institución pequeña la cantidad de público que tiene no es de gran tamaño en comparación a otras instituciones públicas. La importancia de este trabajo para la institución puede ser muy grande ya que priorizar las redes sociales como principal medio de difusión ayudará a mantener un feedback con el público, así como mantener al tanto de lo que sucede en el GAD. Uno de los problemas para la comunicación externa en este GAD es el que cuenta con un territorio en el que las comunidades están muy distantes, lo que provoca que el manejo de afiches, perifoneo o el “boca a boca” no sea efectivo en su totalidad. Por esto el manejo de medios online y offline puede llegar a ser de gran ayuda para obtener un mayor alcance en la difusión de información.

RECOMENDACIONES

- El manejo de la comunicación externa e interna dentro de una institución depende de varios factores, en el caso de esta institución al ser pequeña, la institución no cuenta con el presupuesto para contratar a una persona que se encargue netamente de la comunicación. Es por esto que se recomienda que el GAD capacite a uno de sus integrantes para que se haga cargo de la comunicación, de esta manera se tendrá una correcta difusión de la información llegando de forma adecuada a toda la población palmense.
- Potenciar el uso de la red social Facebook que es donde se encuentra la mayor cantidad del público objetivo de esta institución; dar el mejor uso y mantener activa la página con los temas de interés que se dieron a conocer en el diagnóstico beneficiará al GAD ya que se tendrá una mayor participación de la población y se podrá trabajar conjuntamente.
- Coordinar el uso de las herramientas de comunicación tradicionales y digitales que pueden ayudar a mantener un alcance mayor en la recepción de información dentro de la parroquia y así tener un mayor número de personas que reciban el mensaje dado por el GAD parroquial.
- Aplicar el plan de comunicación será de gran ayuda ya que se tendrá una serie de actividades y estrategias que se pueden realizar a corto y mediano plazo, de esta forma ayudará significativamente a que la institución pueda ser más transparente con los pobladores de la parroquia Palmas.

BIBLIOGRAFÍA

- Barreira, N. (2017). *Plan de comunicación de la empresa Cíclika [Tesis de Masterado, Universitat Oberta de Catalunya]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/66586/6/nbarreiraTFM0617memoria.pdf>
- Castillo, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. España: belydigital. Castro, A. d. (2014). *Google Libros*. Obtenido de Comunicación Organizacional: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WyKVBAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PR14&dq=que+es+la+comunicaci%C3%B3n+organizacional&ots=eeoBYRy6L-&sig=YDm8EW2gg2mB_7W6-WeB7moPRAY#v=onepage&q=que%20es%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional&f=false
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (s.f.). *Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de América Latina y el Caribe*. Obtenido de Gobiernos Autónomos Descentralizados de Ecuador: [https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/instituciones/gobiernos-autonomos-descentralizados-de-ecuador#:~:text=Los%20Gobiernos%20Aut%C3%B3nomos%20Descentralizados%20\(GAD,Autonom%C3%ADas%20y%20Descentralizaci%C3%B3n%20\(COOTAD\).](https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/instituciones/gobiernos-autonomos-descentralizados-de-ecuador#:~:text=Los%20Gobiernos%20Aut%C3%B3nomos%20Descentralizados%20(GAD,Autonom%C3%ADas%20y%20Descentralizaci%C3%B3n%20(COOTAD).)
- Comunicación. (27 de Febrero de 2017). *P&A Group*. Obtenido de La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo: <https://grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional. (s.f.). *Gobierno del Encuentro*. Obtenido de Los GAD son instancias cruciales para la garantía de derechos: <https://www.igualdad.gob.ec/los-gad-son-instancias-cruciales-para-la-garantia-de-derechos/#>
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de la investigación*. Italia: McGraw-Hill.

UCUENCA

Corbetta, P. (s.f.). *Metodología y técnicas de la investigación*. Italia: McGraw-Hill.

essedi. (22 de 06 de 2018). *Noticias*. Obtenido de La importancia de las redes sociales para tu empresa: <https://www.essedi.es/noticias/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-empresa-4565/>

fbombab. (2018, Marzo 19). *TAMAÑO DE MUESTRA PASO a PASO*. Archivo de video. Pita Fernández, S., & Pértegas Díaz, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cadaten primaria*, 9(76-8).

Questionpro. (n.d.). *Calculadora de Muestras*. Encuestas online. Retrieved abril 28, 2021, from <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>

Retrieved Abril 28, 2021, from <https://www.youtube.com/watch?v=oc8i9g144Y0>

Ramos, W., Paredes, M., Teran, P., & Lema, L. (2017). *Comunicación Organizacional*.

Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/501/3/comunicaci%C3%B3n%20organizacional.pdf>

Rixio, P. (2012). *Razón y Palabra*. Obtenido de LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN UNIVERSIDADES PRIVADAS CON ESTUDIOS A DISTANCIA EN PREGRADO: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524411059>

Rizo, M., & Romeu, V. (s.f.). *Razón y Palabra*. Recuperado el 02 de Febrero de 2022, de INVESTIGACIÓN-ACCIÓN-PARTICIPATIVA Y COMUNICACIÓN INTERCULTURAL. RELATO DE UNA EXPERIENCIA DE INVESTIGACIÓN CON ESTUDIANTES DE DOS UNIVERSIDADES DE LA CIUDAD DE MÉXICO: http://www.razonypalabra.org.mx/N/n65/varia/vromeu_mrizo.html

Silva, C., & Elías, R. (28 de Diciembre de 2011). *core.ac.uk*. Obtenido de RELACIONES PÚBLICAS 2.0 (Y EDUCOMUNICACIÓN). ¿DE QUE HABLAMOS REALMENTE? UN ACERCAMIENTO CONCEPTUAL Y ESTRATÉGICO:
<https://core.ac.uk/download/pdf/288436733.pdf>

Thompson, I. (Julio de 2006). *PromonegocioS.net*. Obtenido de Definición de Relaciones Públicas: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/relaciones-publicas-definicion.html>

Thompson, I. (Octubre de 2008). *PromonegocioS.net*. Obtenido de Definición de Comunicación: <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

Anexo 1: Formato de entrevista online

Universidad de Cuenca

Encuesta para la elaboración de tesis con el tema "Diagnóstico y elaboración de un plan de comunicación externa para el GAD Parroquial de Palmas" previo a la obtención del título de licenciatura en Relaciones Públicas y Com. Organizacional.

erick.pacheco@ucuenca.edu.ec (no compartidos)
[Cambiar de cuenta](#)

***Obligatorio**

Nombre y Apellido *

Tu respuesta

Género *

Masculino

Femenino

Prefiero no decirlo

Comunidad *

Santa Rosa

Palmas

Chalacay

Osoyacu

Jurupillos

Tuban

Jordan

Edad *

Tu respuesta

¿Usted está informado (a) sobre las actividades que el GAD Parroquial realiza dentro de la parroquia? *

Universidad de Cuenca x +

← → ↻ 🏠 <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfDPcaNDoMyr8dPYlr6CzkYJf8e62jgRerVOXIUUmoh7InDzg/viewform> ☆ 📄 ⌵ ☰

¿Usted está informado (a) sobre las actividades que el GAD Parroquial realiza dentro de la parroquia? *

Sí

No

¿Por qué medio se entera de las actividades que se realizan o se han realizado dentro de la parroquia?

Radio

Facebook

Periódicos cantonales

Ninguna de las anteriores

Otro: _____

¿Usted cuenta con un perfil dentro de una red social? *

Windows taskbar: Windows logo, Search, Task View, Edge, File Explorer, Teams, OneDrive, Spotify, Firefox, Steam, Word, Outlook, System tray: ESP US, Wi-Fi, Bluetooth, 12:00 PM 2/21/2022

Universidad de Cuenca x +

← → ↻ 🏠 <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfDPcaNDoMyr8dPYlr6CzkYJf8e62jgRerVOXIUUmoh7InDzg/viewform> ☆ 📄 ⌵ ☰

¿Usted cuenta con un perfil dentro de una red social? *

Sí

No

¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia? *

Facebook

Instagram

Telegram

Twitter

Whatsapp

¿A qué hora del día usted revisa con mayor frecuencia sus redes sociales? *

06h00 - 08h00

Windows taskbar: Windows logo, Search, Task View, Edge, File Explorer, Teams, OneDrive, Spotify, Firefox, Steam, Word, Outlook, System tray: ESP US, Wi-Fi, Bluetooth, 12:00 PM 2/21/2022

Universidad de Cuenca

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfDPcaNDoMyr8dPYIjr6CzkYJf8e62jgRerVOXIUUmoh7InDzg/viewform

¿A qué hora del día usted revisa con mayor frecuencia sus redes sociales? *

- 06h00 - 08h00
- 08h00 - 10h00
- 10h00 - 12h00
- 12h00 - 14h00
- 14h00 - 16h00
- 16h00 - 18h00
- 18h00 - 20h00
- 20h00 - 22h00
- 22h00 - 24h00

¿Cuál es su nivel de satisfacción con la información brindada por parte de las autoridades del GAD Parroquia? Siendo 1 el más bajo y 10 el más alto. *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Insatisfecho Muy satisfecho

12:00 PM 2/21/2022

Universidad de Cuenca

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfDPcaNDoMyr8dPYIjr6CzkYJf8e62jgRerVOXIUUmoh7InDzg/viewform

¿Cree usted que hace falta un medio por el que se transmita información a la parroquia? *

- Sí
- No

¿Usted seguiría una página del GAD dentro de una red social? *

- Sí
- No

¿Qué temas le parecen más relevantes para que sean publicados en la página social del GAD? *

- Comunicados
- Eventos a realizar
- Actividades diarias

12:01 PM 2/21/2022

University of Cuenca

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfDPcaNDoMyr8dPYIjr6CzkYJf8e6zjgRerVOXIUmh7InDzg/viewform

90%

¿Qué temas le parecen más relevantes para que sean publicados en la página social del GAD? *

- Comunicados
- Eventos a realizar
- Actividades diarias
- Proyectos ejecutados
- Proyectos a ejecutar
- Emprendimientos
- Otro: _____

Con respecto a las publicaciones. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información mediante publicaciones en redes sociales? Si elige la opción "otro" por favor especifique su respuesta. *

- Diariamente
- Una vez por semana
- Dos veces por semana
- Tres veces por semana
- Otro: _____

Windows taskbar: 12:01 PM 2/21/2022

Anexo 2: Formato de entrevista física

Universidad de Cuenca <https://docs.google.com/forms/d/1N7iZkbtu7aMyrJA1gLi fG8cjA-bc7>

Universidad de Cuenca

Encuesta para la elaboración de tesis con el tema "Diagnóstico y elaboración de un plan de comunicación externa para el GAD Parroquial de Palmas" previo a la obtención del título de licenciatura en Relaciones Públicas y Com. Organizacional.

*Obligatorio

1. Nombre y Apellido *
2. Género*
Marca solo un óvalo.
 - Masculino
 - Femenino
 - Prefiero no decirlo
3. Comunidad *
Marca solo un óvalo.
 - Santa Rosa
 - Palmas
 - Chalacay
 - Osoyacu
 - Jurupillos
 - Tuban
 - Jordan
4. Edad*

1 de 4 21/02/2022, 11:00

5. ¿Usted está informado (a) sobre las actividades que el GAD Parroquial realiza dentro de la parroquia? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

6. ¿Por qué medio se entera de las actividades que se realizan o se han realizado dentro de la parroquia?

Marca solo un óvalo.

- Radio
 Facebook
 Periódicos cantonales
 Ninguna de las anteriores
 Otro: _____

7. ¿Usted cuenta con un perfil dentro de una red social?*

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

8. ¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?*

Marca solo un óvalo.

- Facebook
 Instagram
 Telegram
 Twitter
 Whatsapp

9. ¿A qué hora del día usted revisa con mayor frecuencia sus redes sociales?*

Marca solo un óvalo.

- 06h00 - 08h00
- 08h00 - 10h00
- 10h00 - 12h00
- 12h00 - 14h00
- 14h00 - 16h00
- 16h00 - 18h00
- 18h00 - 20h00
- 20h00 - 22h00
- 22h00 - 24h00

10. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la información brindada por parte de las autoridades del GAD Parroquial? Siendo 1 el más bajo y 10 el más alto.*

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Insatisfecho	<input type="radio"/>	Muy satisfecho									

11. ¿Cree usted que hace falta un medio por el que se transmita información a la parroquia?*

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

12. ¿Usted seguiría una página del GAD dentro de una red social?*

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

13. ¿Qué temas le parecen más relevantes para que sean publicados en la página social del GAD? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Comunicados
 Eventos a realizar
 Actividades diarias
 Proyectos ejecutados
 Proyectos a ejecutar
 Emprendimientos

Otro: _____

14. Con respecto a las publicaciones. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información mediante publicaciones en redes sociales? Si elige la opción "otro" por favor especifique su respuesta. *

Marca solo un óvalo.

- Diariamente
 Una vez por semana
 Dos veces por semana
 Tres veces por semana
 Otro: _____

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexo 3: Modelo de entrevista

Entrevista a autoridades del GAD Parroquial de Palmas

Pregunta 1: ¿Por qué cree que es importante la comunicación dentro de las instituciones?

Pregunta 2: ¿Cómo ha manejado el GAD la comunicación externa?

Pregunta 3: ¿En la institución se considera a la comunicación externa como un elemento planificado y fundamental?

Pregunta 4: ¿El GAD maneja o piensa manejar redes sociales para compartir información?

Pregunta 5: ¿Qué tipo de redes?

Pregunta 6: ¿Qué medio fuera de redes sociales utiliza el GAD para compartir información a la población?

Pregunta 7: ¿Qué información considera necesaria difundir en las redes sociales?