



# **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación**

**Carrera de Comunicación Social**

**Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

“Identificación de la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas en el GAD parroquial de Tarqui, que incluya la propuesta de un plan de comunicación”

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.

## **AUTORAS:**

Cristina Guadalupe Arévalo Barriga CI: 0107459042

Adriana Estefania Quiñonez Tinizhañay CI: 0705425650

## **DIRECTORA:**

Mgt. Fabiola Maytee Zavala Sánchez CI: 0702791773

CUENCA – ECUADOR

18/06/2019



## RESUMEN

Este trabajo busca identificar la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, a través de una investigación y el levantamiento de información en el ámbito comunicacional interno y externo, que determinaron las necesidades y estrategias para una comunicación efectiva.

La parroquia Tarqui cuenta con aproximadamente 10.039 habitantes según el auto censo comunitario, y esta población se encuentra ubicada en las diferentes comunidades de la parroquia que son un total de 26. Al ser una parroquia tan extensa y con una gran demanda diaria de información, se han generado algunas falencias comunicacionales que se agravan con el tiempo debido a la falta de una persona que se encargue de la gestión y labor de las relaciones públicas.

El carecimiento de un área de comunicación y relaciones públicas viene de la mano con la falta de un plan de comunicación en el GAD Parroquial de Tarqui, de tal modo que en ocasiones las personas que pertenecen al GAD y los habitantes se ven afectados por una escasa comunicación interna y externa.

Frente a esta necesidad, el presente trabajo de investigación diagnóstica incluirá la propuesta de un plan de comunicación interna y externa, esperando con este lograr una comunicación eficiente en ambos ámbitos, que guíen al GAD Parroquial de Tarqui hacia una cultura comunicacional positiva basada en el respeto y transparencia de información.

**PALABRAS CLAVE:** Relaciones públicas. Comunicación. Comunicación institucional. Gobierno autónomo descentralizado. Estrategias de comunicación. Plan de comunicación.



## ABSTRACT

This research search to identify the viability of an area of communication and public relations in the Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial of Tarqui, through a research and information gathering in the internal and external communicational ambit that determined the needs and strategies for an effective communication.

The parish has approximately 10,039 inhabitants according to the community census, the population is in the different communities of the parish that are a total of 26. Being a parish so extensive and with a big daily demand of information, some communicational shortcomings have been generated that are aggravated over time due to the scarcity of a person who is responsible for the management and labor of public relations.

The scarcity of an area of communication and public relations comes by hand of the lack of a communication plan in the parish GAD of Tarqui, in such a way that sometimes people belonging to the parish GAD of Tarqui and the inhabitants are affected by scarce internal and external communication.

In front this necessity, the present diagnostic research work will include the proposal of an internal and external communication plan, waiting with this get an efficient communication in both ambits that guides at the parish GAD of Tarqui towards a positive communication culture based in respect and transparency of the information.

**KEYWORDS:** Public relations. Communication. Institutional communication. Decentralized autonomous government. Communication strategies. Communication plan.



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	4
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	8
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	9
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
DEDICATORIA .....	14
AGRADECIMIENTO.....	15
INTRODUCCIÓN .....	16
CAPÍTULO I.....	18
TARQUI.....	18
1.1. Características generales .....	18
1.2. Origen y Parroquialización de Tarqui .....	19
1.3. Breve historia de Tarqui .....	19
1.4. Misión y Visión Parroquial .....	20
1.5. Comunidades de Tarqui .....	21
1.5.1. ACCHAYACU.....	21
1.5.2. ATUCLOMA .....	21
1.5.3. BELLAVISTA .....	22
1.5.4. COTAPAMBA.....	22
1.5.5. CHAULLAYACU .....	22
1.5.6. CHILCA TOTORA.....	22
1.5.7. CHILLCA CHAPAR .....	22
1.5.8. EL VERDE.....	23
1.5.9. FRANCES URCO.....	23
1.5.10. GULAGPUGRO .....	23
1.5.11. GULLANZHAPA .....	23
1.5.12. LAS AMÉRICAS.....	23
1.5.13. MANZANAPAMBA .....	24
1.5.14. MORASCALLE.....	24
1.5.15. PARCOLOMA.....	24



1.5.16.	ROSA DE ORO .....	24
1.5.17.	SAN FRANCISCO DE TOTORILLAS.....	24
1.5.18.	SAN PEDRO DE YUNGA .....	25
1.5.19.	SANTA LUCRECIA.....	25
1.5.20.	SANTA ROSA.....	25
1.5.21.	SANTA TERESITA.....	25
1.5.22.	TAÑILOMA.....	25
1.5.23.	TUTUPALI CHICO .....	26
1.5.24.	TUTUPALI GRANDE.....	26
1.5.25.	ZHUCAY .....	26
1.5.26.	CENTRO PARROQUIAL .....	26
1.6.	Otros datos de Tarqui .....	27
1.6.1.	Escudo de Armas de la Parroquia Tarqui.....	27
1.6.2.	Himno a Tarqui .....	28
1.7.	Junta Parroquial de Tarqui .....	29
1.8.	Misión y Visión del GAD de Tarqui .....	29
1.9.	Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Tarqui.....	30
1.9.1.	Objetivos: .....	30
1.9.2.	Niveles de organización y procesos institucionales .....	30
1.9.3.	Funciones de los Vocales de la GAD Parroquial .....	31
1.9.4.	Funciones del Presidente.....	31
CAPÍTULO II .....		34
CONCEPTOS BÁSICOS.....		34
2.1.	Teoría de la Comunicación Humana según Paul Watzlawick.....	34
2.2.	Teoría Funcional según Hirokama y Gouran .....	36
2.3.	La Comunicación .....	36
2.4.	Principios de la comunicación.....	38
2.6.	Tipos de comunicación en las organizaciones .....	40
2.6.1.	Comunicación interpersonal.....	40
2.6.2.	Comunicación organizacional .....	41
2.7.	Tipos de Públicos .....	41
2.8.	La comunicación interna .....	42
2.9.	La comunicación externa .....	43
2.10.	Relaciones Públicas.....	43



2.11.	Origen y evolución de las Relaciones Públicas.....	44
2.12.	Historia de las relaciones públicas en el Ecuador .....	45
2.13.	Comunicación institucional.....	47
2.14.	Instituciones Públicas.....	49
2.15.	Gobiernos Autónomos Descentralizados .....	49
CAPÍTULO III.....		53
DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL DE LA PARROQUIA TARQUI Y EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE TARQUI .....		53
3.1.	Enfoque de la Investigación .....	54
3.2.	Diagnóstico Comunicacional .....	54
3.3.	Técnicas de investigación y diseño de los instrumentos .....	55
3.3.1.	Observación Participante Estructurada .....	55
3.3.2.	La entrevista .....	56
3.3.3.	Grupos Focales.....	60
3.4.	RESULTADOS.....	62
3.4.1.	Análisis de resultados.....	62
3.4.1.1.	Análisis de las Fichas de Observación .....	62
3.4.1.2.	Análisis de la entrevista al presidente del GAD Parroquial de Tarqui .....	64
3.4.1.3.	Análisis de las entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui .....	67
3.4.1.4.	Análisis de los Grupos focales .....	91
3.5.	VIABILIDAD DE UN ÁREA DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS EN GAD DE LA PARROQUIA TARQUI.....	119
CAPÍTULO IV.....		120
PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNO Y EXTERNO PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE TARQUI .....		120
PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA .....		120
4.1.	Introducción .....	120
4.2.	Antecedentes .....	120
4.3.	Objetivos del Plan de Comunicación Externa.....	121
4.2.1.	Objetivo General .....	121
4.2.2.	Objetivos Específicos.....	121
4.1.	Público meta.....	121
4.4.	Políticas .....	122
4.5.	Estrategias .....	122
4.6.	Acciones de Comunicación.....	123



4.7.	Cronograma de actividades .....	130
4.8.	Presupuesto .....	132
PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA .....		133
4.9.	Introducción .....	133
4.10.	Antecedentes .....	133
4.11.	Objetivos del Plan de Comunicación Externa.....	134
4.11.1.	Objetivo General .....	134
4.11.2.	Objetivos Específicos .....	134
4.15.	Acciones de comunicación.....	136
4.16.	Cronograma de actividades .....	139
4.17.	Presupuesto.....	141
CONCLUSIONES .....		142
RECOMENDACIONES .....		144
BIBLIOGRAFÍA.....		147

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Lic. Bolívar Saquipay .....	151
Anexo 2: Grupo Focal .....	151
Anexo 3: Grupo Focal .....	152
Anexo 4: Grupo Focal .....	152
Anexo 5: Grupo Focal .....	153
Anexo 6: Grupo Focal .....	153
Anexo 7: Grupo Focal .....	154
Anexo 8: Grupo Focal .....	154
Anexo 9: Grupo Focal .....	155
Anexo 10: Inauguración de la casa comunal en el Barrio San José. ....	155
Anexo 11: Programas; rendición de cuentas. ....	156
Anexo 12: 7ma campaña de esterilización canina y felina gratuita. ....	156
Anexo 13: Sesión solemne por 103 años de vida parroquial de Tarqui. ....	157
Anexo 14: Desfile por 103 años de vida parroquial de Tarqui.....	157
Anexo 15: Elección de la nueva Cholita Tarqueña 2018. ....	158
Anexo 16: Registro de asistencia para los grupos focales	
Anexo 17: Registro de asistencia para los grupos focales.	
Anexo 18: Registro de asistencia para los grupos focales.	
Anexo 19: Registro de asistencia para los grupos focales.	
Anexo 20: Registro de asistencia para los grupos focales.	
Anexo 21: Registro de asistencia para los grupos focales.	
Anexo 22: Registro de asistencia para los grupos focales.	
Anexo 23: Registro de asistencia para los grupos focales.	
Anexo 24: Registro de asistencia para los grupos focales.	



- Anexo 25: Registro de asistencia para los grupos focales.  
Anexo 26: Registro de asistencia para los grupos focales.  
Anexo 27: Registro de asistencia para los grupos focales.  
Anexo 28: Mapa Político de la Parroquia Tarqui.

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Percepción de la comunicación interna según el personal de la institución..	67
Gráfico 2: Con qué objetivo y frecuencia se realizan las reuniones.....	68
Gráfico 3: Utilidad e importancia de las reuniones .....	69
Gráfico 4: Conocimiento del personal laboral sobre las funciones y cultura organizacional del GAD Parroquial .....	70
Gráfico 5: Canales de comunicación y eficiencia de los mismos.....	71
Gráfico 6: Conocimiento de la diferencia de canales formales e informales .....	73
Gráfico 7: Sentimiento de pertenencia hacia la institución .....	74
Gráfico 8: Opinión del personal laboral sobre si es el presidente del GAD Parroquial atento y ayuda en la solución de los problemas.....	75
Gráfico 9: Motivación con el ambiente laboral .....	76
Gráfico 10: Relación entre los compañeros de trabajo.....	77
Gráfico 11: Conocen sus responsabilidades en el GAD Parroquial .....	78
Gráfico 12: Fin del uso de la cuenta oficial de Facebook del GAD por parte del personal .....	79
Gráfico 13: Puede el personal laboral aportar con contenido para las redes sociales ....	80
Gráfico 14: Conocimiento de las actividades que le competen al GAD Parroquial .....	81
Gráfico 15: Importancia de las opiniones que da el personal laboral.....	82
Gráfico 16: Importancia de la aprobación de los altos directivos para los proyectos y actividades .....	83
Gráfico 17: Son informados sobre los proyectos planes y actividades .....	84
Gráfico 18: Se trabaja conjunto a los líderes de cada comunidad .....	85
Gráfico 19: Importancia de la comunicación interna .....	86
Gráfico 20: Importancia de contar con una persona encargada de la comunicación, imagen e identidad de la institución .....	87
Gráfico 21: Importancia de realizar comunicación externa según el personal laboral...	88
Gráfico 22: Recomendaciones y cambios propuestos para mejorar la comunicación interna por el personal laboral .....	89
Gráfico 23: Realización de actos sociales con todo el personal laboral luego de las jornadas laborales .....	90
Gráfico 24: Comunidades con casa comunal .....	91
Gráfico 25: Existencia de carteleras en las comunidades.....	92
Gráfico 26: Uso de altoparlante.....	93
Gráfico 27: Otros medios de comunicación usados por las comunidades .....	93
Gráfico 28: Conocimiento de las funciones, actividades, campos de trabajo, misión, visión, valores y objetivos del GAD Parroquial .....	95
Gráfico 29: Cómo obtienen la información los habitantes .....	96



Gráfico 30: Medios a los que se acude para informar o solicitar algo .....	97
Gráfico 31: Proporciona el GAD información para las comunidades.....	98
Gráfico 32: Calificación del manejo de la comunicación del GAD .....	99
Gráfico 33: Necesidad de un medio local de la parroquia.....	100
Gráfico 34: Medios por los que se enteran de eventos y actividades .....	101
Gráfico 35: Conocen quién es la persona que comunica las reuniones y actividades..	102
Gráfico 36: Medios oportunos para obtener la información.....	103
Gráfico 37: Necesidades comunicacionales de las comunidades .....	104
Gráfico 38: Voluntad de los habitantes para realizar las actividades .....	105
Gráfico 39: Son recibidas las solicitudes que emiten las comunidades con atención ..	106
Gráfico 40: Recomendaciones de los habitantes de las comunidades.....	107
Gráfico 41: Cobertura de la señal telefónica en la comunidad.....	108
Gráfico 42: Cuentan las comunidades con internet .....	108
Gráfico 43: Cobertura de la señal de internet en la comunidad.....	109
Gráfico 44: Habitantes que saben de la existencia de la cuenta de facebook del GAD y la siguen.....	110
Gráfico 45: Uso y fin con e el que siguen la cuenta oficial de facebook del GAD.....	110
Gráfico 46: Calificación de la comunicación entre el GAD y las comunidades .....	112
Gráfico 47: Se comunican cortes de agua o luz por actividades u obras dirigidas por el GAD .....	113
Gráfico 48: Información que les gustaría recibir a las comunidades y por qué medios	114
Gráfico 49: Medios que usan para comunicarse con el GAD .....	115
Gráfico 50: Medios de comunicación internos de las comunidades .....	116
Gráfico 51: Opinión de las comunidades sobre si es indispensable la implementación de más medios de comunicación .....	117
Gráfico 52: Consideran los habitantes que es importante la implementación de una unidad de comunicación en el GAD.....	118

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Iglesia central de Tarqui .....	18
Ilustración 2: Mapa Político de Tarqui .....	21
Ilustración 3 Escudo de Armas de la Parroquia Tarqui .....	27

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Personal del GAD Parroquial de Tarqui.....	58
---	----



### Cláusula de Licencia y Autorización para Publicación en el Repositorio Institucional

---

**Cristina Guadalupe Arévalo Barriga** en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **“Identificación de la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas en el GAD parroquial de Tarquí, que incluya la propuesta de un plan de comunicación”**, 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, 18 de junio de 2019

*Cristina Arévalo*

---

Cristina Guadalupe Arévalo Barriga  
CI: 0107459042



### Cláusula de Licencia y Autorización para Publicación en el Repositorio Institucional

---

**Adriana Estefania Quiñonez Tinizhañay** en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **“Identificación de la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas en el GAD parroquial de Tarqui, que incluya la propuesta de un plan de comunicación”**, 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, 18 de junio de 2019

---

Adriana Estefania Quiñonez Tinizhañay  
CI: 0705425650



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Cristina Guadalupe Arévalo Barriga, autor/a del trabajo de titulación "Identificación de la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas en el GAD parroquial de Tarquí, que incluye la propuesta de un plan de comunicación", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 18 de junio de 2019

*Cristina Arévalo*

---

Cristina Guadalupe Arévalo Barriga  
CI: 0107459042



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

**Adriana Estefanía Quiñonez Tinizhañay, autor/a del trabajo de titulación “Identificación de la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas en el GAD parroquial de Tarqui, que incluya la propuesta de un plan de comunicación”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.**

Cuenca, 18 de junio de 2019

---

Adriana Estefanía Quiñonez Tinizhañay  
CI: 0705425650



## DEDICATORIA

Todo el trabajo realizado se la dedico a mi madre, **ROSARIO BARRIGAS**, porque veo reflejado en su rostro la satisfacción de ver a sus hijos cumplir sus metas y con ello, ver sus sueños cumplir.

*Cristina Guadalupe Arévalo Barriga*

Dedico este trabajo a mi familia y a mis mascotas, por ser mi motivación e impulso para salir adelante. A mi padre Henis Quiñonez y a mi madre Emérita Tinizhañay, por el amor incondicional, por ayudarme a cumplir mis metas y propósitos con sabiduría y confianza. A mis hermanos y amigos David y Henis, por apoyarme y ser mí respaldo siempre. A Dios por ser mi luz y guía en cada paso y etapa de mi vida.

*Adriana Estefania Quiñonez Tinizhañay*



## AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento va dirigido a cada una de las personas que han formado parte de mi vida, porque con su presencia han formado lo que hoy soy. Pero de especial manera:

A MIS PADRES, por obsequiarme la vida y el regalo más grande, la EDUCACIÓN.

A MIS HERMANOS, Patricia, Emma y Agustín, por su incondicional apoyo, muchas veces entre rizas y peleas.

A mí querida UNIVERSIDAD DE CUENCA, por abrirme las puertas hacia la formación de una nueva profesional.

A quienes integran el GAD PARROQUIAL DE TARQUI, por la total apertura de realizar nuestro trabajo de titulación, dejándonos gratos recuerdos y muchas ansias de volver a interactuar con tan lindas personas.

¡A TODOS ELLOS, MUCHAS GRACIAS!

*Cristina Guadalupe Arévalo Barriga*

Agradezco a mis padres por ser mis guías e inspiración, y por el apoyo incondicional. A mis hermanos por siempre confiar en mí, aconsejarme y cuidarme. De manera especial agradezco a nuestra tutora de tesis, Mgt. Fabiola Zavala por brindarnos su tiempo y estar con nosotras en este proceso, y al presidente del GAD Parroquial de Tarqui, Lic. Bolívar Saquipay por darnos la apertura para realizar el proyecto de titulación.

*Adriana Estefania Quiñonez Tinizhañay*



## INTRODUCCIÓN

Tarqui, parroquia rural del cantón Cuenca cuenta con 26 comunidades distribuidas en un territorio de aproximadamente 15.100 hectáreas. Sus tierras fértiles han permitido el desarrollo de la agricultura y la ganadería como principal actividad y fuente de ingresos de las familias tarqueñas.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, es la entidad encargada de velar por el bienestar de todas y todos los habitantes de la parroquia, y dentro de sus funciones prima el: mantenimiento vial, apoyo a grupos productivos, respaldo a los grupos vulnerables, rescate de la memoria cívica, fomento al deporte y apoyo a la expansión ordenada de la parroquia a través de la unidad de control y permisos. Y el GAD a su vez recibe el apoyo de entidades públicas del estado

La parroquia Tarqui cuenta con cerca de 10.039 habitantes, por tal motivo el GAD Parroquial de Tarqui se ve en la necesidad de llegar con la información a todos sus públicos, y las comunidades de la parroquia exigen se les facilite la información de los proyectos y resultados, consecuentes de las actividades que realiza el GAD Parroquial de Tarqui.

Resulta imprescindible realizar un diagnóstico de comunicación interna y externa para detectar las carencias comunicacionales de la institución y de las comunidades. En base a los resultados obtenidos del diagnóstico comunicacional se crearán estrategias y planes de comunicación interna y externa, con las cuales se pretende mejorar la comunicación del GAD Parroquial de Tarqui.

Estas acciones antes mencionadas son competencias exclusivas de un área de comunicación y relaciones públicas, es por ello que en el siguiente desarrollo de nuestro trabajo de titulación pretendemos a través del diagnóstico demostrar la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas en el GAD Parroquial de Tarqui, y este a su vez sirva como ejemplo para guiar y demostrar la importancia de la comunicación en cualquier institución, sea esta pública o privada.



Demostrar que es necesaria y valiosa la implementación de un área de comunicación y relaciones públicas en el GAD de la Parroquia Tarqui hará que veamos a las relaciones públicas como una pieza clave dentro de cualquier organización, ya que uno de los ejercicios de las relaciones públicas es brindar una comunicación eficiente y efectiva que ayude a fidelizar a los grupos de interés y posicionar a una organización en la mente de los públicos.

A continuación desarrollamos el presente proyecto, en el cual se contextualiza el escenario en el que se llevó a cabo la investigación, misma que da lugar a la propuesta de un plan de comunicación, del cual se espera, sirva de apoyo para la potencialización en el ámbito comunicacional del GAD Parroquial de Tarqui.

## CAPÍTULO I

### TARQUI

#### Ilustración 1: Iglesia central de Tarqui



**Fuente:** Autoras, 2018.

#### 1.1. Características generales

La parroquia Tarqui es conocida por destacar en el ámbito agrícola y ganadero, gracias al gran movimiento comercial es posible que los agricultores y ganaderos puedan expandirse en el mercado y ofrecer sus productos a un mayor número de clientes, pero sobre todo es gracias a la responsabilidad, esfuerzo, confianza y credibilidad que han ganado con los productos que proveen ya sea de manera artesanal o industrial.

Debido al clima frío que se mantiene entre los 10° y 15° y el fuerte sol, los habitantes han adoptado una vestimenta que hoy por hoy los define y les da sentido de pertenencia, vistiendo así sus prendas con orgullo.

Tarqui fue fundada un 16 de julio de 1915, tiene 103 años de parroquialización y cuenta con aproximadamente 10.039 habitantes según el auto censo comunitario realizado en el año 2010; y según el censo realizado por el INEC en el mismo año Tarqui cuenta con 10.536 habitantes, estos se encuentran distribuidos en las 26 comunidades que componen



la parroquia. A pesar del paso de los años y con la llegada de las nuevas tecnologías y tendencias los Tarqueños se han sabido mantener fieles a su cultura, creencias y tradiciones.

Es así como se vive en Tarqui, en un ambiente tranquilo al ritmo de la naturaleza, acompañado de buenos momentos junto a personas solidarias y humildes dispuestas a compartir y luchar por el bienestar de su parroquia.

## **1.2. Origen y Parroquialización de Tarqui**

Según los estudios de Oswaldo Encalada la palabra “Tarqui” tiene origen Kichwa y significa “paso”, se interpreta de este modo ya que en la época prehispánica la parroquia Tarqui era considerada como territorio estratégico que abría paso hacia la Hoya del río Jubones y hacia la hoya del río Tarqui. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2015).

En la época colonial y luego de ser fundada la ciudad de Cuenca se fue poblando de nativos indígenas y de españoles que se quedaron luego de las batallas, de tal manera que se fueron construyendo casas y diversos espacios sociales. Así como las personas se establecían en la ciudad otras también decidían irse a los sectores rurales a las afueras de la urbe, para dedicarse a la agricultura y ganadería, uno de estos espacios que se pobló más es Tarqui. Luego de ser establecida geográficamente la parroquia Tarqui se dividió en grandes parcelas que hoy en día se han constituido en comunidades por las cuales los tarqueños han trabajado y luchado arduamente.

## **1.3. Breve historia de Tarqui**

Por el año 1739 arribaron a la ciudad de Cuenca un grupo de científicos para luego dirigirse a la parroquia Tarqui que fue punto estratégico para la Misión Geodésica Francesa, en la cual se pretendía comprobar la redondez de la tierra, este trabajo tuvo una duración de 5 años. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2015).

Tarqui también fue escenario de batallas, una de estas fue la batalla contra las fuerzas militares peruanas, que tenían la intención de invadir el territorio ecuatoriano. Luego de una ardua lucha un 27 de febrero de 1829, Ecuador salió victorioso defendiendo su patria.

Sin embargo no todo podía ser positivo, Tarqui por muchos años tuvo que vivir una dura realidad, pues en aquellos tiempos aún existía la esclavización, las personas aún se veían



obligadas a obedecer a un patrón y trabajar de manera esclavizada en las tierras de estos. “Según Don Alberto Zhingri Tenemea, la reforma agraria si bien incitó a que los hacendados entreguen partes de sus tierras, el proceso fue lento y humillante”. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2015).

Con el pasar del tiempo y a raíz de nuevos acontecimientos los tarqueños solicitaron el reconocimiento civil para constituir a Tarqui como parroquia, de tal manera que a partir del 18 de octubre de 1915 se da vida a la nueva parroquia, bajo el decreto N° 887. “A partir de estos hechos se construyó: la iglesia, el convento, el cementerio, vías y otros lugares que centraron las labores sociales de sus vecinos, dando mayor fuerza a la corriente eclesiástica. Así ha transcurrido más de un siglo de la historia de este pueblo baluarte de Cuenca, con tradiciones ancestrales y luchas pujantes, pero siempre vigilante de su progreso y desarrollo.” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2015).

#### **1.4. Misión y Visión Parroquial**

##### **Misión parroquial**

“Los ciudadanos de la parroquia Tarqui, pueblo progresista y organizado trabaja mancomunadamente junto a su Gobierno Local y otras formas de Gobierno en la construcción del Sumak Kawsay mejorando la calidad educativa, las condiciones de salud, ambientales y de nutrición, incrementando las oportunidades para la generación de ingresos económicos, manteniendo la interculturalidad y saberes milenarios, asumiendo la responsabilidad social, ciudadanía participativa y sustentabilidad ambiental como forma de mejorar la calidad de vida de todos los habitantes amparados en valores de equidad, solidaridad, honestidad, responsabilidad, ética y transparencia”. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2015).

##### **Visión parroquial**

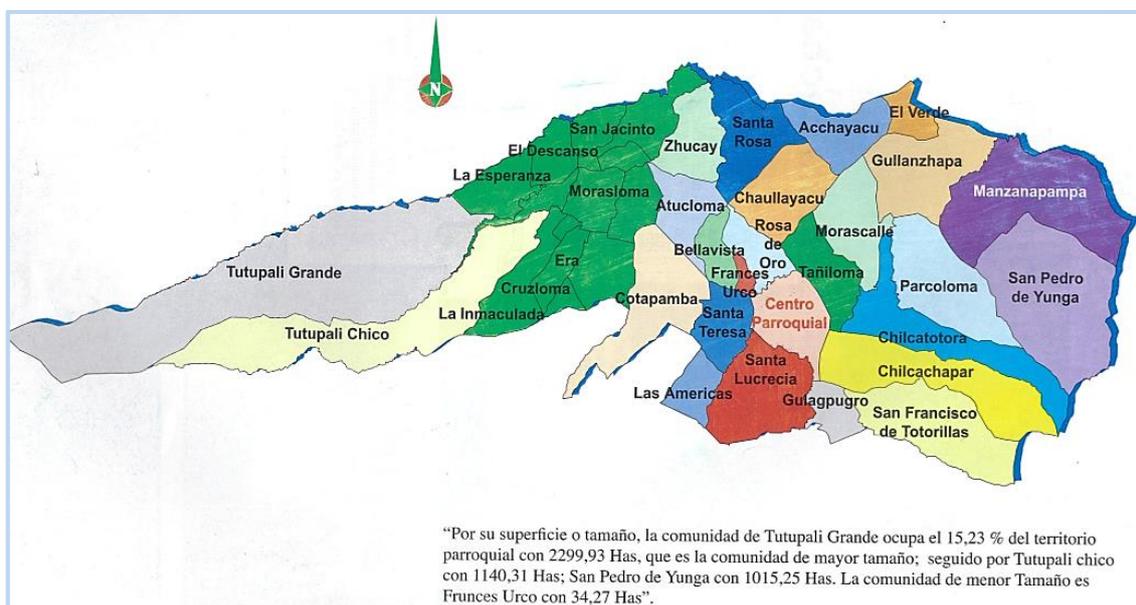
“En el año 2017, Tarqui es un territorio con una sociedad incluyente, intercultural e intergeneracional, donde sus ciudadanos acceden en igualdad de condiciones a los servicios públicos, a un ambiente sano, oportunidades laborales y seguridad, volviéndolo atractivo para la vida y visita de propios y extraños. Los actores sociales internos intervienen con responsabilidad en la cogestión de su parroquia, participan activamente en las

deliberaciones, en la formulación de propuestas y aprobación de políticas, planes y proyectos de manera activa cohesionando la red social local que promueve el desarrollo territorial”. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2015).

### 1.5. Comunidades de Tarqui

Tarqui cuenta con 26 comunidades que detallaremos brevemente a continuación. La siguiente información ha sido obtenida de documentos, revistas y libros realizados y otorgados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui.

#### Ilustración 2: Mapa Político de Tarqui



**Fuente:** Junta Parroquial de Tarqui, 2005.

#### 1.5.1. ACCHAYACU

Esta comunidad de nombre proveniente del kichwa, está ubicada a diez kilómetros del centro parroquial de Tarqui. Cuenta con una escuela y una capilla que fue gestionada por líderes comunales.

#### 1.5.2. ATUCLOMA

El nombre de esta comunidad se debe a la unión de dos palabras kichwa: “atuc” cuyo significado es zorro y “loma” que significa lugar elevado, dando como resultado Loma



del Zorro. Atueloma está ubicada a dos kilómetros del Centro Parroquial y sus habitantes continúan con el labrado de la tierra para el cultivo de maíz.

### **1.5.3. BELLAVISTA**

Esta comunidad tiene sus inicios en el año 1938, cuando movidos por la fe, los moradores de este lugar ofrecieron una misa a la imagen del divino Niño Jesús, que dio como resultado una fuerte lluvia para sus cosechas. Desde aquel entonces celebran una misa anual en honor a la imagen antes mencionada, que hoy en día, cuenta con su propia capilla en donde se celebran todos los actos religiosos.

### **1.5.4. COTAPAMBA**

El nombre de esta comunidad según informan sus habitantes, deriva de dos palabras kichwa, cuyo significado es llano de cotas, aludiendo a “cota” que es una planta del lugar. Cotapamba fue en principio una hacienda dividida en parcelas. Esta comunidad cuenta con una capilla, y en el mes de enero se rinde homenaje a la imagen del Niño de Praga.

### **1.5.5. CHAULLAYACU**

El nacimiento de esta comunidad proviene de la repartición de los terrenos de haciendas, en donde sus habitantes se dedican a la agricultura y las artesanías. San Miguel es el patrono de esta comunidad y le dan celebración cada 29 de septiembre. Esta localidad comenzó con tan solo siete familias y en la actualidad cuenta con alrededor de 360 habitantes.

### **1.5.6. CHILCA TOTORA**

Fue creada el 17 de octubre de 1985 con la activa participación de Víctor Manuel Figueroa y los moradores, quienes con mucha ilusión deseaban el progreso de su comunidad. El nombre de esta comunidad proviene de la unión de dos plantas, “chilca” que crece en las montañas y “totora” que crece en terrenos pantanosos.

### **1.5.7. CHILLCA CHAPAR**

Esta comunidad obtuvo su nombre gracias a “Chilca” que es una planta de la zona, y “chapar” que es una quebrada muy conocida. Esta comunidad cuenta con una escuela



gracias a la donación de terreno por parte de los habitantes del lugar, además cuentan con una cancha deportiva y servicios básicos.

#### **1.5.8. EL VERDE**

Revista “La Tarqueñita”, sostiene que el nombre de esta comunidad se debe al color que predomina en sus praderas. Disfrutando de una vista espectacular, en esta comunidad prima la agricultura y la ganadería, ya que sus amplios prados alimentan a los animales de la zona.

#### **1.5.9. FRANCES URCO**

Esta comunidad llevaba en la antigüedad el nombre de “Cerro Pujín”, ya que se trata de una montaña que desde su cima presenta un hermoso panorama del centro parroquial y sus alrededores. Actualmente se llama Frances Urco en honor a la Misión Geodésica Francesa. Alrededor de 500 peldaños nos conducen a la cima del cerro, subirlo hasta el final requiere un gran esfuerzo, pero cada descanso para divisar al paisaje vale la pena.

#### **1.5.10. GULAGPUGRO**

El origen de Gulagpugro se debe a la parcelación de la hacienda del señor Leonidas Palacios. Su nombre también deriva de palabras kichwa: “gualag” que se trata de una planta de hoja grande de donde se extraía un aceite que servía para lavar el cabello. Y “pugro” que quiere decir quebrada, lugar donde crecía esta peculiar planta. Se trata de una zona netamente ganadera, debido a la extensión de sus llanos.

#### **1.5.11. GULLANZHAPA**

Esta comunidad según nos relata la revista “La Tarqueñita” cuenta con casa comunal, estadio reglamentario, agua entubada, escuela y varios clubes deportivos. Rinden fe a la Virgen de la Inmaculada y la celebración religiosa la realizan el 8 de diciembre de cada año.

#### **1.5.12. LAS AMÉRICAS**

En el pasado esta comunidad pertenecía a otra parroquia, sin embargo gracias a la actuación de sus habitantes lograron crear una comunidad unida y fuerte. En la actualidad cuenta con alumbrado público y una casa comunal.



### **1.5.13. MANZANAPAMBA**

Esta comunidad antiguamente estuvo abastecida de muchas plantas de manzana, de ahí se deriva su nombre. Sus habitantes se dedican a la agricultura y a la ganadería, hombres y mujeres realizan diferentes actividades para obtener sus alimentos, desde el arado, la siembra hasta la cosecha.

### **1.5.14. MORASCALLE**

El nombre de la comunidad nace debido a la gran cantidad de plantas de mora que se encuentran en sus alrededores. Fue fundada en 1938 por las familias Vele, Rodríguez y Quito. Cuenta con aproximadamente 276 habitantes dichosos de poder disfrutar día a día de una gran vegetación donde anidan diferentes especies de aves. En este sector es muy común encontrarse con cultivos de hortalizas y legumbres que suelen ser destinados para el consumo diario y comercialización.

### **1.5.15. PARCOLOMA**

Los fundadores de esta comunidad son las familias Lojano y Saquipay, la comunidad cuenta con 271 habitantes. Su nombre se debe al término kichwa “parcoloma” que significa acequia que pasa por la loma. La ganadería es su principal fuente de trabajo.

### **1.5.16. ROSA DE ORO**

Se otorgó a esta comunidad el nombre “Rosa de Oro” gracias a que se encontró en ella años atrás una piedra de oro en forma de rosa, sus fundadores son Rodrigo Siccha y vecinos. Aquí podremos ser testigos de la armonía de la naturaleza ya que esta comunidad es conocida por sus paisajes hermosos, lagunas y cabras.

### **1.5.17. SAN FRANCISCO DE TOTORILLAS**

Su nombre se debe a Francisco Tenemea quien donó un terreno para que se construya la capilla, y a la planta de totorillas que crece en esta zona. Esta comunidad tiene una población de 142 habitantes y es considerada la comunidad más distante de Tarqui. Fueron aproximadamente 10 años de esfuerzo y trabajo para finalizar la carretera, y fue luego de esto que en 1990 se estableció como comunidad.



### **1.5.18. SAN PEDRO DE YUNGA**

San Pedro de Yunga tiene alrededor de 155 habitantes, su nombre se debe al santo San Pedro que es venerado en esta comunidad, y “Yunga” porque bastantes familias llevan este apellido. Es una comunidad bastante pintoresca, tierra de grandes haciendas ganaderas y de pequeños productores de leche.

### **1.5.19. SANTA LUCRECIA**

Su nombre se debe a una hacienda que se dividió en huasipungo para cumplir con la Reforma Agraria, sus fundadores son los primeros habitantes, mismos que fueron dueños de las haciendas, Aurelio Berrezueta y Miguel Semería. Tiene una población de 206 habitantes y es reconocida por su riqueza cultural y la conservación de costumbres ancestrales.

### **1.5.20. SANTA ROSA**

La comunidad de Santa Rosa tiene alrededor de 220 habitantes y su nombre es en honor a la Virgen de Santa Rosa de Lima. Un camino que nos maravillará con verdes tonalidades nos llevará a esta comunidad con personas amables y gustosas de recibir a los visitantes, aquí podremos conocer varios adultos mayores que aún mantienen el kichwa como lengua nativa.

### **1.5.21. SANTA TERESITA**

Santa Teresita cuenta con una población de 323 habitantes. Su nombre se propuso en honor a la matrona, Santa Teresita, imagen que fue donada por habitantes de la comunidad. Es una comunidad con riqueza histórica, dado que fue el primer asentamiento tras la fundación de la parroquia Tarqui. Allí tuvo lugar el primer centro parroquial y quedaron emblemáticas edificaciones como la antigua capilla “El Carmen”.

### **1.5.22. TAÑILOMA**

Tañiloma debe su nombre a una flor llamada “tañi” que crecía en las lomas. Esta comunidad cuenta con una población de aproximadamente 340 habitantes. Un atractivo turístico de Tañiloma es el refugio de vida animal “Yural Allpa”, el cual es muy concurrido por turistas ecuatorianos y extranjeros.



### **1.5.23. TUTUPALI CHICO**

Su nombre se debe a que en las montañas existía una especie de lagartija que emitía un sonido como “tuto”. Esta comunidad tiene una población de 1.230 habitantes y es una de las comunidades más pobladas de Tarqui, en esta tierra se dedican a la agricultura ya que es una zona muy fértil.

### **1.5.24. TUTUPALI GRANDE**

Esta zona tiene una población de 1.113 habitantes. La artesanía ha formado parte de la vida de esta comunidad desde sus inicios, siendo hoy en día una tradición, de tal modo que aún hay familias que se dedican a la confección de prendas de vestir, calzado, tejidos en lana, joyería y objetos en barro, en las cuales impregnan las particularidades de esta bella tierra y región.

### **1.5.25. ZHUCAY**

La población de esta comunidad es de alrededor de 897 habitantes. Su nombre se debe a un asentamiento muy antiguo de la época de los cañaris. Existe una gran unión entre los pobladores de esta comunidad, los cuales se reúnen en la cancha central todos los fines de semana para disfrutar y divertirse practicando deportes como fútbol y voleibol.

### **1.5.26. CENTRO PARROQUIAL**

El Centro Parroquial de Tarqui cuenta con 727 personas aproximadamente. Dentro de esta comunidad encontramos la Iglesia central de Tarqui y las principales organizaciones de Tarqui como: el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial, la Tenencia Política, el Estadio “Marco Bele”, el Subcentro de Salud y la Plaza Central.

En Tarqui se disfruta mucho del deporte, hay canchas de fútbol y voleibol en las cuales se suele realizar campeonatos entre comunidades y parroquias aledañas. Se realizan las fiestas julianas a lo grande durante todo el mes en honor a la Virgen del Carmen.

## 1.6. Otros datos de Tarqui

### 1.6.1. Escudo de Armas de la Parroquia Tarqui

**Ilustración 3 Escudo de Armas de la Parroquia Tarqui**



**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2015..

**Autor:** Dr. Felipe Ríos Ludeña, fue creado el 5 de Agosto de 2005.

**Elementos Componentes del Escudo:** El campo está dividido en cuatro cuarteles:

Superior izquierdo	Superior derecho	Inferior izquierdo	Inferior derecho
Representa la bandera de Cuenca. Adornado de un venado que simboliza ánimo esforzado.	Campo verde con dos botijas, tradición festiva Cañari para la elaboración de la chicha. El radiante sol, deidad incaica.	En campo de azul las herramientas propias del trabajo.	Una pradera con ganado lechero que simboliza la principal actividad pecuaria y la neblina que caracteriza esta zona.

En la punta está la simulación del hombre andino y el maíz, fuente de alimentación. Coronando el campo, está el obelisco de la Misión Geodésica Francesa. Encima se halla un gavián con alas extendidas, símbolo de la libertad de un pueblo.

**El escudete:** Muestra la imagen de la espadaña de la iglesia, principal edificio de la parroquia, símbolo de la fe religiosa. Sobre este se halla la corona de la virgen del Carmen, patrona del pueblo de Tarqui.



**El lambrequín:** Se coloca para complementar un escudo, adornarlo y darle categoría. Entrecruzadas de la izquierda sale una rama de capulí frutado y de la derecha una rama de retama florecida, ambas plantas nativas. Se complementa con 26 estrellas alusivas a las comunidades de la parroquia.

**El rótulo:** En una franja de tres dobleces, la inscripción del plano posterior en números romanos es la fecha de parroquialización y en frente en letras de molde la palabra “TARQUI”. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2015).

### 1.6.2. Himno a Tarqui

**Autor de la letra:** Dr. Raúl Mora Peralta (Agosto del 2005).

**Autor de la música:** Dr. Luis Arindia (Agosto del 2006).

¡Salve oh Tarqui mi tierra querida!  
Que la historia te ha vuelto inmortal.  
Porque Sucre ciño con su gloria,  
De laureles tu frente genial.

En el fértil verdor de tus valles,  
Y en los montes bañados de sol  
Día a día florece la vida  
Como excelso regalo de Dios.

Condamine y los sabios de Francia  
Te llevaron en el corazón  
Y en el cerro Pejín una estrella  
Te dejaron como una oración.

Donde quiera que estemos tus hijos,  
A tu seno anhelamos volver,  
Para hacerte gloriosa y más grande,  
En las aras de nuestro deber.

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2015.



### **1.7. Junta Parroquial de Tarqui**

La Junta Parroquial de Tarqui, electa por primera vez mediante votación popular el 10 de agosto de 2000, antes de aquel año, dicha junta parroquial había sido integrada por miembros ajenos a la decisión popular.

En este sentido, Bolívar Saquipay, en la revista “La Tarqueñita” sostiene: “La Junta Parroquial estará integrada por cinco miembros principales y sus respectivos suplentes, elegidos mediante votación popular y directa en la forma que señala la ley (...). Dichos miembros de la junta durarán cuatro años en sus funciones y podrán ser reelegidos”. Además añade que: “Para la designación de presidente, vicepresidente, primer, segundo y tercer vocal, se respetará y se adjudicará de forma obligatoria, según la mayoría de votos alcanzados en el proceso electoral”. (Saquipay, 2002).

Desde aquel entonces, la Junta Parroquial de Tarqui, trabaja con el apoyo de instituciones públicas del cantón, tales como: la Municipalidad de Cuenca, el Consejo Provincial, la Prefectura del Azuay, y otras entidades que apoyan el progreso de la parroquia.

Una nota curiosa es que el presidente de la Junta Parroquial ha conservado su puesto desde aquel entonces, dejando su función el próximo año, ya que como él sostiene ya ha trabajado por la parroquia y es tiempo de que nuevas personas sean líderes de la parroquia.

### **1.8. Misión y Visión del GAD de Tarqui**

#### **Misión del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui**

“Trabajar mancomunadamente junto a los barrios y comunidades de la Parroquia Tarqui por el desarrollo económico, social y cultural de sus habitantes, mediante la ejecución de programas y proyectos relacionados con el equipamiento comunitario, infraestructura vial, fortalecimiento productivo, atención social, fomento deportivo, preservación de las tradiciones y saberes ancestrales y conservación del entorno natural. Para lograrlo se coordinará y gestionará de forma transparente, acciones con entidades públicas y privadas a nivel local y nacional”. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2010).



## **Visión Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui**

“La Parroquia Tarqui es reconocida a nivel local y nacional como una sociedad sólidamente unida, incluyente e intergeneracional, en la que se promueve la identidad cultural, la solidaridad y la conservación de los recursos naturales, cuyos habitantes acceden a obras y servicios públicos de calidad, en un entorno sano y seguro, con amplias oportunidades gracias a una economía dinámica generadora de empleos, que produce bienes y servicios competitivos. Las 26 comunidades organizadas ejercen con responsabilidad su participación en la cogestión del desarrollo territorial”. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 2010).

### **1.9. Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Tarqui**

#### **1.9.1. Objetivos:**

- a. Atender a los ciudadanos en la prestación de servicios con calidad y oportunidad.
- b. Cumplir con la misión, visión, objetivos estratégicos y metas incluidas en los planes de desarrollo parroquial y comunitario.
- c. Cumplir eficientemente con las competencias legales asignadas y/o través de convenios de concurrencia.
- d. Implementar procedimientos de gestión basados en el control y monitoreo de resultados.
- e. Adaptar los procedimientos de tipo: legales, tecnológicos y otros, a las necesidades del GAD Parroquial de Tarqui.
- f. Integrar y mantener equipos de trabajo interdisciplinario y promover la aplicación de políticas y métodos viables, sustentados en la evaluación de resultados.

(Orgánico Funcional del Gobierno Parroquial de Tarqui, pág. 2).

#### **1.9.2. Niveles de organización y procesos institucionales**

La estructura organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tarqui, estará integrada por Unidades de trabajo con un enfoque de productos, servicios y procesos con el propósito de atender a los ciudadanos con los servicios relacionados con su visión, misión, objetivos estratégicos, competencias y funciones establecidos en la Constitución y las leyes vigentes.



Los procesos determinados en este instrumento cubren: la determinación e implementación de políticas, la formulación y ejecución de planes, programas y proyectos, así como de la coordinación de acciones interinstitucionales y de participación ciudadana, apoyados por la gestión administrativa y financiera.

### **1.9.3. Funciones de los Vocales de la GAD Parroquial**

- a) Intervenir con voz y voto en las sesiones y deliberaciones de la junta parroquial rural.
- b) La presentación de proyectos de acuerdos y resoluciones, en el ámbito de competencia del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural.
- c) La intervención en la Asamblea parroquial y en las comisiones, delegaciones y representaciones que designe la junta parroquial rural, y en todas las instancias de participación.
- d) Fiscalizar las acciones del ejecutivo parroquial de acuerdo con este Código y la ley;
- e) Cumplir aquellas funciones que le sean expresamente encomendadas por la junta parroquial rural y participar en las acciones determinadas en los procesos institucionales: Asesor Jurídico.

(Orgánico Funcional del Gobierno Parroquial de Tarqui, pág. 4).

### **1.9.4. Funciones del Presidente**

El presidente o presidenta es la primera autoridad del ejecutivo del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, elegido por votación popular tiene por funciones:

- a. El ejercicio de la representación legal, y judicial del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural.
- b. Ejercer la facultad ejecutiva del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural.
- c. Convocar y presidir con voz y voto las sesiones de la junta parroquial rural, para lo cual deberá proponer el orden del día de manera previa. El ejecutivo tendrá voto dirimente en caso de empate en las votaciones del órgano legislativo y de fiscalización.
- d. Presentar a la junta parroquial proyectos de acuerdos, resoluciones y normativa reglamentaria, de acuerdo a las materias que son de competencia del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural.



- e. Dirigir la elaboración del plan parroquial de desarrollo y el de ordenamiento territorial, en concordancia con el plan cantonal Y provincial de desarrollo, en el marco de la plurinacionalidad, interculturalidad y respeto a la diversidad, con la participación ciudadana y de otros actores del sector público y la sociedad; para lo cual presidirá las sesiones del consejo parroquial de planificación y promoverá la constitución de las instancias de participación ciudadana establecidas en la Constitución y la ley.
- f. Elaborar participativamente el plan operativo anual y la correspondiente proforma presupuestaria institucional conforme al plan parroquial rural de desarrollo y de ordenamiento territorial, observando los procedimientos participativos señalados en este Código. La proforma del presupuesto institucional deberá someterla a consideración de la junta parroquial para su aprobación.
- g. Decidir el modelo de gestión administrativa mediante el cual deben ejecutarse el plan parroquial rural de desarrollo y de ordenamiento territorial.
- h. Expedir el orgánico funcional del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural. Distribuir los asuntos que deban pasar a las comisiones del gobierno autónomo parroquial y señalar el plazo en que deben ser presentados los informes correspondientes.
- i. Sugerir la conformación de comisiones ocasionales que se requieran para el funcionamiento del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural;
- j. Designar a sus representantes institucionales en entidades, empresas u organismos colegiados donde tenga participación el gobierno parroquial rural; así como delegar atribuciones y deberes al vicepresidente o vicepresidenta, vocales de la junta y funcionarios, dentro del ámbito de sus competencias.
- k. Suscribir contratos, convenios e instrumentos que comprometan al gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, de acuerdo con la ley. Los convenios de crédito o aquellos que comprometan el patrimonio institucional requerirán autorización de la junta parroquial.
- l. En caso de emergencia declarada requerir la cooperación de la Policía Nacional, Fuerzas Armadas y servicios de auxilio y emergencias, siguiendo los canales legales establecidos.
- m. Coordinar un plan de seguridad ciudadana, acorde con la realidad de cada parroquia rural y en armonía con el plan cantonal y nacional de seguridad



ciudadana, articulando, para tal efecto, el gobierno parroquial rural, el gobierno central a través del organismo correspondiente, la ciudadanía y la Policía Nacional.

- n. Designar a los funcionarios del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, mediante procesos de selección por méritos y oposición, considerando criterios de interculturalidad y paridad de género; y removerlos siguiendo el debido proceso. Para el cargo de secretario y tesorero, la designación la realizará sin necesidad de dichos procesos de selección.

(Orgánico Funcional del Gobierno Parroquial de Tarqui, pág. 5 - 6).



## CAPÍTULO II

### CONCEPTOS BÁSICOS

En el presente capítulo abordaremos diferentes conceptualizaciones que nos ayudarán a tener una mayor comprensión de la labor de las Relaciones Públicas, las cuales como ciencia de estudio tienen un origen que remota al siglo XIX antes de que se la concibiera como tal. Siendo esta una herramienta de la comunicación, que a lo largo de los años ha ido tomando mayor valor e importancia en las instituciones.

#### **2.1. Teoría de la Comunicación Humana según Paul Watzlawick**

Los teóricos de la doctrina de la comunicación humana, Watzlawick, Janet Beavin Bavelas y Don D. Jackson, refutan nociones básicas de la comunicación tales como la función, información y retroalimentación, siendo este último elemento de mucha utilidad e importancia para nuestro trabajo ya que el feedback o retroalimentación consiste en la interacción a raíz de la información que se emite, entre la organización y los diferentes públicos, sean estos internos como los trabajadores o externos como los clientes.

Para Carlos Fernández y Laura Galguera “La comunicación es transaccional. Esta característica incorpora la importancia de la retroalimentación, pues ve a la comunicación como un proceso en el que existe una constante influencia recíproca entre los participantes, quienes construyen un significado compartido.” (Fernández & Galguera, 2009, pág. 176). Esto quiere decir que durante este proceso comunicativo se espera una retroalimentación, en la que emisor y receptor intercambian lugares e influyen en la toma de decisiones en el entorno que se desenvuelven, y estas a su vez pueden afectar tanto positiva como negativamente a ambas partes o a organismos a su alrededor.

Esta teoría además nos habla de la extensión de la comunicación a nivel organizativo o estructural, en donde nos indica la relación entre los seres humanos individuales y sus conductas comunicacionales. “La mejor manera de describir los objetos interaccionales consiste en verlos no como individuos, sino como personas que se comunican con otras personas.” (Watzlawick, Beavin, & Jackson, 1991, pág. 82). Siendo el centro de estudio los individuos, quienes al organizarse forman sociedades que dan como resultado la creación de empresas e instituciones que velan por su beneficio y seguridad, de tal modo



que la comunicación individual queda rezagada y se empieza a ver la comunicación como un asunto grupal. Al ser el GAD de la parroquia Tarqui un organismo conformado por individuos agrupados por un mismo fin, se pretende analizar la situación comunicacional e investigar las diferentes percepciones que tiene la gente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, con el objetivo de conocer cómo la información generada por el GAD Parroquial se está emitiendo y de igual manera cómo está siendo interpretada por los moradores de la comunidad, con los que se espera conseguir una interacción constante.

Para Watzlawick “la comunicación ejerce un papel fundamental en nuestras vidas y en el orden social, aunque apenas seamos conscientes de ello. Y es que desde el comienzo de nuestra existencia, participamos en el proceso de adquisición de las reglas de comunicación inmersas en nuestras relaciones, aunque no nos demos cuenta”.

Como es de nuestro conocimiento la Parroquia Tarqui cuenta con 26 comunidades, y aunque cada una de estas comunidades pertenece a un solo organismo desde un aspecto etnográfico y geográfico, esto no nos quiere decir que compartan los mismos intereses o necesidades comunicacionales, y como bien menciona Watzlawick la comunicación se rige a nuestro entorno. Esto nos ha permitido comprender la importancia de hacer un acercamiento a cada una de estas comunidades, de tal modo que la información que se obtendrá nos permitirá acercarnos a una realidad y proponer futuras estrategias factibles y eficientes.

Ya que como menciona Marchesán “El fin último de las organizaciones es la máxima efectividad; esto es el mayor alcance de resultados en relación con los objetivos propuestos”, objetivos que se cumplen a través de una comunicación pensada estratégicamente, con fines pertinentes. (Marchesán, 2013).

Watzlawick, Beavin y D. Jackson afirman que “Si se destacan las dificultades conceptuales, es sólo con el fin de señalar que es necesario encontrar nuevas vías de enfoque, por la simple razón de que los marcos de referencia tradicionales resultan evidentemente inadecuados.” (Watzlawick, Beavin, & Jackson, 1991, pág. 17). Esto nos lleva a que para el cumplimiento de los objetivos que se plantea cada organización, es necesario un amplio estudio para identificar cuáles son los medios viables que nos ayuden a alcanzar dichos objetivos, y vistos desde un ámbito comunicacional son aquellas herramientas o medios.



## 2.2. Teoría Funcional según Hirokama y Gouran

Continuando con la línea de las teorías de la comunicación, nos encontramos con la teoría funcional de Hirokama y Gouran en donde exponen la similitud entre las funciones de los grupos pequeños y los sistemas biológicos, ya que el cuerpo humano necesita realizar funciones vitales para sobrevivir, los grupos también requieren de hacer algunas funciones que repercuten en las decisiones. (Fernández & Galguera, 2009).

Dichas funciones son llamadas “funciones requisitos” y son las siguientes:

- Analizar la situación del problema
- Identificar objetivos
- Identificar alternativas y
- Determinar las consecuencias positivas y negativas

Visto desde nuestra perspectiva, resulta bastante útil esta teoría ya que nos brinda la posibilidad de investigar nuestra problemática comunicacional en la organización antes dicha, una vez que el problema se ha descubierto el resto implicaría buscar las posibles soluciones, es decir, resolver el problema con la investigación previa. Volviendo a nuestro tema de trabajo, descubrir la situación comunicacional del GAD Parroquial de Tarqui sería nuestro problema, pero no solo desarrollaremos la investigación, planteamos un plan de comunicación en donde se encuentren algunas estrategias comunicacionales que ayuden al Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia a tomar decisiones con alcances positivos.

¿Hay algo que deba mejorarse o cambiar?, según el libro de Teorías de la Comunicación, con esta pregunta inicia el proceso de investigación que culmina con la toma de la decisión a partir de la información levantada sea esta positiva o negativa. Algo que sin duda alguna implica entrevistas con grupos focales de la organización, personas conocedoras de la realidad son la pieza clave para que la información a descubrirse venga de fuentes primarias, interactuando constantemente con el grupo para que la averiguación sea relevante.

## 2.3. La Comunicación

La comunicación, es una actividad inherente del ser humano, ha pasado por varios procesos y cambios hasta llegar a como hoy la conocemos “la comunicación es un proceso social en el que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado



del entorno” (Fleur, 2005). El hombre como ser social hace de la comunicación una herramienta para su supervivencia ya que sin ella la interacción con los demás sería imposible, y no hay manera de tener contacto con las personas si no es por medio de la comunicación o por cualquiera de sus diferentes expresiones.

“La comunicación es continua y compleja y no puede ser arbitrariamente aislada” (Fernández & Galguera, 2009, pág. 3). Los seres humanos nos mantenemos constantemente comunicando, ya sea mediante gestos, de manera verbal o escrita y casi siempre habrá un receptor que interpretará dichos mensajes, que pueden ser de manera voluntario o no, es por esto que debemos ser en lo mayor posible cautelosos al momento de comunicar, y qué comunicamos ya que si somos mal interpretados nuestras relaciones pueden verse afectadas.

En una mayor escala, la mala interpretación de los mensajes comunicacionales o su erróneo uso puede generar daños para las organizaciones, tal como afirma S. Armour “los fallos de comunicación están perjudicando la productividad y llevando a los empleadores a una desventaja competitiva (...). Las meteduras de pata pueden machacar la moral, en especial, en un tiempo de cambios generalizados.” (Armour, 1998, pág. B1).

Así como la comunicación, el ser humano es un sujeto cambiante, en el que influyen directamente los cambios individuales y culturales que afectan a la comunicación, las conversaciones no son como lo eran hace varios años, dichos cambios principalmente impulsados por la tecnología han facilitado la interacción entre nosotros, sin embargo adaptarse a estos cambios resulta tedioso pero vital.

Y es debido a estos constantes cambios en la comunicación que las organizaciones, como menciona Martín Serrano:

*“Necesitan en nuestra época globalizada profesionales de la comunicación que trabajen en interés de las nuevas formas de colonialismo cultural. Profesionales capacitados para diseñar la penetración cuasi monopolística de productos comunicativos multinacionales, principalmente a través de las nuevas y las viejas pantallas”. (Serrano, 2006).*

Debemos ser capaces de adaptarnos a las nuevas tecnologías sin dejar a un lado las tradicionales, con el objetivo de potencializar la comunicación en el mayor ámbito posible.



Ya que la comunicación ha crecido hasta constituirse en una ciencia que es objeto de estudio, existiendo varias generaciones que se preocupan por descubrir cómo funciona, no solo en los seres humanos, sino también en las organizaciones que formamos las personas en donde la interacción es aún más compleja.

En la actualidad estamos rodeados por organizaciones de varios tipos que se clasifican de acuerdo a sus características, estructura y fines a cumplir tales como: escuelas, clubes, empresas, instituciones, ONGs, etc. Resultando muy importante indagar el proceso de la comunicación que se debe llevar a cabo en una organización considerando el que se adapte de la manera más oportuna a ella, y esto nos ayudará a desarrollar un excelente trabajo comunicacional de la mano de las relaciones públicas.

Para lograr una comunicación eficaz es importante considerar el contexto en el que nos encontramos, ya que como señala Lefebvre, “la vida de cada uno, transcurre sobre una gran complejidad, sobre una historia, sobre relaciones sociales que no resultan claras en el diario acontecer.” (Lefebvre, 1969, pág. 86). Interpretamos que a pesar de que nos encontremos inmersos en un mundo globalizado, nuestro contexto social y cultural que engloba un sinnúmero de características regirá ante éste, de tal modo que al pretender comunicar hacia un individuo, un grupo o una comunidad se debe realizar previamente un estudio para llevar a cabo el acto comunicativo de manera acertada.

#### **2.4. Principios de la comunicación**

Los principios de la comunicación básicamente se resumen en el siguiente enunciado: “la comunicación es omnipresente, inevitable e irreversible”. (McEntee, 2004).

Según la Real Academia Española, omnipresente proviene del latín *mediæv* *omnipraesens*, -entis, y este del latín *omnis* “todo” y *praesens*, -entis “presente”. Que significa “que está presente a la vez en todas partes, atributo sólo de Dios”.

Por otra parte la misma academia sostiene que inevitable proviene del latín *inevitabilis*, cuyo significado es “que no se puede evitar”. Y para finalizar irreversible significa “que no es reversible” según la Real Academia Española. (RAE, 2018).

En términos de comunicación conforme lo señala Eileen McEntee en su libro *Comunicación Oral*, todas las personas nos comunicamos en cada momento eso hace a la comunicación omnipresente. Es inevitable no comunicarse, una frase muy conocida sostiene que el silencio comunica, la actitud comunica, hasta los movimientos comunican



sin pronunciar una sola palabra, esto hace que la comunicación sea inevitable. Cuando emitimos varias palabras, estas jamás serán borrada, independientemente de si su contenido era positivo o negativo, un alago o un insulto queda muy claro en nuestras mentes que es imposible borrarlas e incluso olvidarlas, es así que la comunicación es irreversible. (McEntee, 2004, pág. 5).

McEntee señala además algo muy curioso y sostiene que la comunicación es continua, transaccional, verbal y no verbal. A esto añade que:

*“Toda comunicación tiene su historia y futuro. Es decir, es continua. (...) La comunicación es transaccional debido a que los elementos involucrados en el proceso de comunicación son interdependientes. Todos los elementos en este proceso son: fuente, símbolo, mensaje, receptor, canal, potencial que existe para el ruido y la posibilidad para contrarrestarlo a través de la retroalimentación son importantes. Para efectuar la comunicación de un mensaje no se puede eliminar ninguno de ellos. Además, la comunicación se realiza por medio de señales verbales y no verbales, tanto del emisor como del receptor” (McEntee, 2004, pág. 7).*

Indagamos aquí cuáles son los tipos de comunicación y analizamos más a fondo los elementos de comunicación que detallamos a continuación.

## **2.5. Niveles de comunicación**

Eileen considera muy importante los niveles de la comunicación y sustenta que estos son los siguientes: la comunicación interpersonal, la comunicación intrapersonal, la comunicación en grupo pequeño y la comunicación en público. (McEntee, 2004, pág. 9) La comunicación intrapersonal se realiza cuando una persona piensa acerca de cualquier tipo de acción realizada o a realizarse, se trata de un diálogo que se ejecuta consigo mismo. Mientras que la comunicación interpersonal se trata de una conversación con otra persona, esta puede ser de diversos temas y con diversos fines. La comunicación en grupo pequeño se da entre tres o más personas, es decir hasta siete personas. Y la comunicación en público es cuando una persona emite un mensaje ante un público extenso con un propósito definido y claro. (McEntee, 2004).



## **2.6. Tipos de comunicación en las organizaciones**

En todas las organizaciones se exponen dos tipos de comunicación; la comunicación interpersonal y la comunicación organizacional.

### **2.6.1. Comunicación interpersonal**

La comunicación interpersonal según Robbins (1998, p 611) es aquella entre dos o más personas en la cual las partes son tratadas como individuos y no como objetos. Como lo establece Ivancevich (1997 p. 512) esta comunicación se produce frente a frente, a través de un lenguaje verbal, letras o símbolos. Mediante esta comunicación interpersonal se desarrollan y se mantienen las relaciones humanas que son la base de cualquier organización.

Dentro de la comunicación interpersonal se encuentra la comunicación oral, escrita y la comunicación no verbal. Detallaremos cada una de ellas a continuación.

La comunicación oral es aquella comunicación que se produce cuando se emplea la palabra para transmitir un mensaje, ya sea de manera personal es decir, cara a cara o por vía telefónica, que facilita la interacción inmediata de doble dirección entre las partes comunicantes. Robbins establece cualidades y desventajas para este tipo de comunicación, la inmediatez que caracteriza a esta comunicación nos permite transmitir un mensaje y recibir una respuesta en un mínimo de tiempo sin embargo una desventaja es que en la comunicación oral existe mayor posibilidad de distorsión, más aún cuando los mensajes deben pasar por varias personas.

La comunicación escrita, por otra parte, es aquella que se establece cuando se transmite un mensaje mediante la palabra escrita, mediante cartas, periódicos, tableros de aviso, informes, correos electrónicos, plataformas web, etc. La ventaja de este tipo de comunicación se debe a su carácter impersonal por lo cual resulta importante para las organizaciones tener registro permanente y verificable ya que el hecho de obtener algo por escrito nos facilita a pensar con mayor cuidado lo que se quiere transmitir con más estructura lógica y claridad. Hodgetts (1981, p.331), establece que los mensajes escritos aportan cierto grado de formalidad con respecto a la comunicación verbal. La desventaja de la comunicación escrita es que requiere más tiempo para su preparación, y además no permite la interacción ni una retroalimentación inmediata, originando que la gente busque la comunicación oral para resolver rápidamente problemas que son urgentes.



La comunicación no verbal trata de cualquier mensaje deliberado que a veces no es ni escrito ni oral. Como ejemplo tenemos los sonidos inarticulados, movimientos corporales, expresiones faciales, entonación verbal, distancia entre personas y hasta el silencio. Esta comunicación tiene tres características; su fuerza depende de la situación en la que se produzca; el receptor del mensaje debe de conocer los antecedentes de la fuente para poder decodificar el mensaje; y para finalizar la comunicación no verbal puede producirse sin intención de hacerlo. Para ello Robbins sostiene que la expresión facial en un mensaje oral, aporta el 55% de contribución al mismo, en tanto que la postura física y el tono verbal un 38%, por lo que las palabras pronunciadas aportan el 7% de efectividad. (TESIS, s.f.).

### **2.6.2. Comunicación organizacional**

El término comunicación organizacional se refiere al flujo de información que se presenta dentro de la organización por los diversos canales y en redes que existen en esta organización. Dentro de la comunicación organizacional se presentan dos facetas; la comunicación formal y la comunicación informal.

La comunicación formal es aquella que sigue la cadena de autoridad oficial de mando, es decir es aquella que es requerida para llevar a cabo las labores y las tareas de la organización. Oficializando la información entre las personas de la institución. Esta comunicación puede ser de varios tipos, descendente; cuando la comunicación fluye de arriba abajo, desde los directivos y superiores hasta los subordinados. La comunicación ascendente; donde la comunicación fluye de abajo hacia arriba, es decir desde los subordinados a sus superiores. La comunicación horizontal por otra parte es aquella en donde los mensajes fluyen entre personas del mismo nivel de la organización.

La comunicación informal es aquella comunicación no oficial, es decir, basada en chismes que luego se convierten en rumores que se filtran a través de los canales formales de comunicación y transportan una variedad de hechos, opiniones, habladurías y otro tipo de información originado en la organización.

### **2.7. Tipos de Públicos**

Debemos considerar que la comunicación dentro de una organización o empresa puede ser tanto interna como externa y a su vez considerar a qué públicos o stakeholders se planea comunicar. Entiéndase por stakeholders o grupos de interés a “todos aquellos



colectivos, que no solo son concernidos por las actividades de una empresa, sino de un modo más amplio, todos aquellos que están comprometidos por estas actividades: accionistas, sindicatos, proveedores o reguladores.” (Freeman & Reed, 1983). Esto quiere decir que los grupos de interés son el conjunto de individuos que influyen de manera directa o indirecta en la toma de decisiones de una organización, y de los que una organización dependerá para su estabilidad en el diario vivir.

Lo que nos lleva a reafirmar el significado de los stakeholders dentro de una organización con la propuesta dada por el Institute Research Stanford “son stakeholders todos los grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir.” (Stanford, 1963).

Los stakeholders se pueden dividir en dos grupos, stakeholders internos y stakeholders externos:

Los públicos internos son aquellos que se ven “vinculados directamente a la empresa u organización, bien sea en calidad de accionistas, socios, directivos, sindicatos, trabajadores, socios estratégicos, etc.”. (Navarro, 2011, pág. 89).

Mientras que los públicos externos vendrían a ser todos aquellos que no se encuentran “vinculados orgánicamente a la empresa, como autoridades, grupos de presión, ONGs, competidores, consumidores, etc.” (Navarro, 2011, pág. 89).

Una vez identificados los grupos de interés podremos tener claro y usar correctamente la comunicación interna y externa:

## **2.8. La comunicación interna**

Para Capriotti la comunicación interna es:

*“Es el conjunto de mensajes y acciones de comunicación elaboradas de forma consciente y voluntaria para relacionarse con los públicos de la organización, con el fin de comunicar con ellos de forma creativa y diferenciada sobre las características de la organización, sobre sus productos y/o servicios y sobre sus actividades”.* (Capriotti P. 2009).

Es de suma importancia que las organizaciones cuenten con una correcta comunicación interna, de tal manera que puedan desenvolverse de manera eficiente y de igual manera puedan transmitir los mensajes y relacionarse acertadamente con los diferentes públicos.



## 2.9. La comunicación externa

*“La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales” (Muñiz, 2013).*

El reconocimiento de una empresa depende en gran parte del público externo, siendo de gran importancia ya que es el cliente quien da vida y movimiento a la organización o institución. La satisfacción del cliente dará espacio a mejorar la percepción que tiene los públicos de la institución por lo que descuidar la imagen externa de la empresa será un grave error.

## 2.10. Relaciones Públicas

*“Las relaciones públicas surgen como actividad regular a finales del siglo XIX y lo hacen como necesidad de la nueva sociedad industrial que comenzaba a asentarse. El principal precursor de esta época es Ivy Ledbetter Lee, como profesional que es contratado para que comience a realizar actividades de comunicación de diversas personas e instituciones” (Catillo, 2004, pág. 47).*

Sin embargo para Bernays “las relaciones públicas nacen y se expanden en una determinada sociedad y ante una concretas necesidades sociales, por lo que su aparición viene a responder a necesidades demandadas por la evolución política, económica o social del siglo XX.” (Bernays, 1990, pág. 11).

Pero ¿Qué son las relaciones públicas?, Siguiendo la línea de la Sociedad de Relaciones Públicas de América, sostiene que las relaciones públicas son un proceso de comunicación estratégica que construye relaciones mutuamente positivas entre la organización y sus públicos, ya sean estos internos o externos.

Para Claudia Preci las relaciones públicas son el “acto profesional cuyo fin es comunicar mediante gestiones personales o con ayuda de medios de comunicación a personas, empresas, organismos públicos e instituciones con sus públicos, intentando que los mismos posean una imagen positivas de ellos”. (Preci, 2015). Esto nos quiere decir que el trabajo de la persona encarga de llevar las relaciones públicas es mantener una comunicación directa y con ayuda de las nuevas tecnologías para con los públicos, con el



propósito de generar una interacción constante que garantice una fidelización y un posicionamiento de carácter positivo en la mente de los públicos.

*Harlow argumenta que “son una función directiva específica que ayuda a establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos. Implica la resolución y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos. Implica la resolución de problemas y cuestiones. Define y destaca la responsabilidad de los directivos para servir al interés general. Ayuda a la dirección a mantenerse al tanto de los cambios y a utilizarlos eficazmente sirviendo como un sistema de alerta inmediata para ayudar a anticipar tendencias. Y utiliza la investigación y las técnicas de comunicación éticas y sensatas como herramientas principales”. (Harlow, 1976, pág. 36).*

Las relaciones públicas no pretenden únicamente actuar como emisores, sino más bien intercambiar puestos con los receptores convirtiéndose esto en una comunicación circular, tanto para los públicos internos como externos, para a raíz de esto poder prevenir posibles situaciones riesgosas, solventar las necesidades de los públicos y garantizar el bienestar de la organización.

Es así que las relaciones públicas son una profesión en donde el experto crea procesos de comunicación entre una organización y su público. Estos procesos estratégicamente coordinados son sostenidos a lo largo del tiempo, y tienen como fin alcanzar el objetivo principal de la organización, y por supuesto crear top of mind en los públicos.

Dicho de otro modo hay que saber hacer, pero más importante es hacer saber. El éxito de una empresa está en comunicar de manera eficiente las actividades que realiza, antes claro, hay que identificar de manera correcta a los públicos y analizar sus intereses. Con el objetivo de crear una buena reputación corporativa y apoye a una imagen favorable de la organización.

## **2.11. Origen y evolución de las Relaciones Públicas**

Entre los teóricos que han intentado elaborar una historia de las Relaciones Públicas, nos encontramos con dos tendencias antagónicas: una la concibe como el resultado de todas las manifestaciones informales de ésta a lo largo de la historia; mientras que la otra afirma que las relaciones públicas surgieron cuando se ejercieron por primera vez de manera formal. La primera tendencia se basa en que todo tiene un antecedente y un consecuente;



enmarca a las relaciones públicas como fenómeno social y afirma que en todo tiempo y en todo lugar se han dado manifestaciones de esta actividad. (Orozco, 2012).

Las Relaciones Públicas nacen cuando una determinada sociedad adquiere plena conciencia de que existe una necesidad de intercomunicación social y, al mismo tiempo, de que el medio presuntamente idóneo para satisfacerla exige unos conocimientos o aptitudes y un esfuerzo susceptibles de construir una profesión autóctona. Son una disciplina relativamente joven si se la compara con otras disciplinas. (Castillo, 2009).

Asociación Internacional de Relaciones Públicas-IPRA, fue creada en el año de 1960, tiene como fin integrar a los profesionales de la región con la vanguardia y las nuevas tendencias en la práctica de las Relaciones Públicas, desde sus inicios hasta la actualidad. Hoy en día cuenta con más de mil asociados en los cinco continentes. El término autóctono es utilizado para referirse a personas, cosas, fenómenos, productos, etc., que han nacido o surgido en el mismo lugar, región o país, etc., donde se encuentran.

Muchos autores remontan los orígenes de las relaciones públicas a las sociedades mesopotámicas, griegas, romanas o egipcias. Es cierto que la implantación de las relaciones públicas tiene lugar en aquellos espacios urbanos que cuentan con cierta complejidad social. Así, vemos que surgen actuaciones en aquellas estructuras organizativas que se pueden definir como tales: marchas militares de triunfo, estatuas que ensalzan a los líderes, discursos, etc. (Castillo, 2009).

Se utilizaban como ámbito de influencia sobre la opinión pública. Y aquí no hay que olvidar el papel que ya en el siglo XIX comenzaron a desempeñar los periodistas como canales de información de los ciudadanos. A consecuencia de ello aquellos que deseaban mantener una imagen social favorable ya necesitaban a profesionales que dirigieran sus comunicaciones. (Castillo, 2009).

## **2.12. Historia de las relaciones públicas en el Ecuador**

En los años 40 aproximadamente, las Relaciones Públicas eran conocidas como Relaciones Sociales o convencionales con algún público. En la década de los 60 José Vicente Trujillo, quien en ese momento ejerció como embajador del Ecuador ante la ONU, a su regreso de los Estados Unidos propuso a los fundadores del “Instituto Speedwriting” impartir la enseñanza de esta disciplina a través de seminarios que se realizaron en la ciudad de Guayaquil y posteriormente, hacia Quito. (Rubio, 2012).



La enseñanza de las Relaciones Públicas se amplió hacia la Universidad de Guayaquil y en el año 1965 que se incluye de manera definitiva la materia de Relaciones Públicas en el pensum de estudios de la Escuela de Ciencias de la Información. Luego en los años 70 la materia de Relaciones Públicas es reemplazada por Planificación de la Comunicación. En Quito, la enseñanza de las Relaciones Públicas también depende del desarrollo de las Escuelas de Ciencias de la Información, de manera específica en la Universidad Central y otro gran impulsor es el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación o Periodismo para América Latina – CIESPAL 10. Sin embargo la mayoría de los profesionales entrevistados han coincidido que un referente de gran importancia en la formación técnica y académica de los relacionistas públicos en Ecuador lo ha constituido el Instituto Tecnológico Equinoccial – ITE donde se impartían las Relaciones Públicas con una duración de tres años. (Rubio, 2012).

Además recurren en consulta a Jorge Cornejo, propulsor del desarrollo de las Relaciones Públicas en Guayaquil, quien a su vez los contacta con la Confederación Interamericana de Relaciones Públicas – CONFIARP- , presentando como propuesta un programa para la elaboración del pensum de la carrera de Relaciones Públicas de la UTE concluyendo que dicha carrera tendría una duración de cuatro años para obtener la licenciatura siendo válidos los tres primeros años que se desarrollaba la misma como tecnicatura. Es así, como la primera Escuela de Relaciones Públicas surge en dicha universidad, siendo la primera licenciatura como tal a diferencia de las otras universidades que ofrecían la carrera de comunicación o periodismo. (Rubio, 2012).

El relacionista público se encargaba de la entrega de boletines de prensa a los medios de comunicación o de la organización de una u otra conferencia de prensa. Con el advenimiento de la época petrolera en el Ecuador, en la década de los 70, se incrementaron específicamente oficinas de Relaciones Públicas ya no sólo a nivel de Estado sino también en compañías petroleras extranjeras que se instalaron en Ecuador y que desarrollaban actividades particularmente en las relaciones con los medios de comunicación y en la oportunidad de influir en la opinión pública con el objetivo de despertar simpatías hacia la explotación petrolera. (Rubio, 2012).

Sin embargo, Carrera presenta la propuesta de que las Relaciones Públicas como actividad surgen desde la década del 50 y que fundamentalmente estaba a cargo de algunos periodistas que habiendo estudiado a colegas norteamericanos sobre el quehacer



comunicacional en Estados Unidos, los imitan en la aplicación principalmente en actividades del Estado logrando muchos de ellos que los gobiernos de turno establezcan leyes como lo fue la primera ley de comunicación llamada ley del periodista donde se contemplaba el departamento de relaciones públicas en las instituciones estatales poniendo como requisito que sea un periodista el que maneje esa actividad. (Rubio, 2012).

Luego de esta historia decimos que las “Relaciones Públicas tiene el poder de influir en las percepciones, actitudes y comportamiento de las audiencias de una organización. No importa si la organización es pública o privada, las Relaciones Públicas tienen que ayudar a las organizaciones en todas y cada una de las actividades que realiza, independientemente de si sus fines son comerciales o ideológicos”. (Rubio, 2012).

Rojas señala que las Relaciones Públicas también tienen que ver con la reputación y la confianza, solo apoyadas en estos dos pilares, estarán las organizaciones en posición de distinguirse y lograr la atención del público para comunicarse de una manera eficaz. Hace pocos años se cuestionó la conveniencia de incluir las relaciones públicas como un servicio complementario para la comunicación de las organizaciones, ya fuera a nivel corporativo, político o institucional.

Y es necesario para una organización hacer uso de las relaciones públicas para la elaboración de los mensajes procurando a su vez que estos sean desarrollados con la mayor veracidad posible para evitar entrar en situaciones conflictivas, tal como expresa Castillo “En este sentido cuando se habla de relaciones públicas deben tener la necesidad de explicar a la sociedad qué hacen y qué objetivos persiguen, es necesario señalar que ello implica la existencia del requisito de veracidad que exige a toda información.” (Castillo, 2009, pág. 20).

### **2.13. Comunicación institucional**

Las relaciones institucionales son una parte de las relaciones públicas que tiene como actividad desarrollar una participación eficaz en la política pública, esta se basa en el intercambio de información. Es así que las relaciones institucionales sirven a las organizaciones para estar al tanto de las cuestiones reglamentarias y políticas que les afectan y se encargan de defender las necesidades de la organización como del sector en el que se encuadra la organización.



Según el comunicólogo Joan Costa, la imagen pública de las empresas e instituciones no es producto exclusivamente de sus mensajes visuales, sino de un conjunto de percepciones y sensaciones diversas, ya que la organización es la generadora y gestora de su propia imagen que transmite hacia los distintos públicos. (Costa, 1977).

La comunicación institucional va más allá de la publicidad y los medios masivos de comunicación, es netamente estratégica, más que por sus propios contenidos y objetivos. La empresa es considerada parte de la sociedad constituida por seres humanos, cuya misión ya no es sólo generar ganancias económicas sino más bien que causar impacto en su entorno, como empresa líder y modelo a seguir.

Hasta el silencio comunica, una vez entendida esta teoría podemos gestionar un sin fin de estrategias que nos ayuden a comunicar de manera eficiente y positiva, no aturdir a nuestro público resulta interesante al momento de comunicar, no caer en la reiteración, tener información clara y confiable, hará que se posicione a la empresa en la mente del consumidor, en este caso en los públicos metas.

### **Comunicación intra-institucional**

“Es aquel sistema de comunicación institucional que establece el enlace entre los componentes individuales o públicos internos de la institución. La comunicación intra-institucional tiene como propósito directo la coordinación interna con objeto de hacer más eficiente la operación de la institución”. (Muriel & Rota, 1980). Las instituciones tienen la necesidad de motivar a su equipo humano y tener un acercamiento adecuado hacia ellos, es por eso que la comunicación intra-institucional se hace fundamental ya que esta ayuda a saber las respuestas y necesidades de todos sus miembros.

Teniendo en cuenta esta función principal, María Luisa Muriel y Gilda Rota afirman que la comunicación interna permite:

- Construir una identidad de la empresa en un clima de confianza y motivación. • Profundizar en el conocimiento de la empresa como entidad.
- Romper departamentos estancados respecto a actividades aparentemente independientes, pero que hacen que se bloqueen entre sí.
- Informar individualmente a los empleados.
- Hacer públicos los logros conseguidos por la empresa.



- Permitirle a cada uno expresarse ante la dirección general, y esto cualquiera que sea su posición en la escala jerárquica de la organización.
- Promover una comunicación a todas las escalas.

“Toda empresa debe competir en un mundo absolutamente globalizado, para eso es necesario preocuparse también de las relaciones entre las personas que están dentro de la empresa y así procurar un orden dentro de la misma”. (Muriel & Rota, 1980).

### **Comunicación extra-institucional**

Con respecto a este tipo de comunicación María Luisa Muriel y Gilda Rota dicen que, ésta establece el enlace entre la institución y los públicos externos a ella. La comunicación extra-institucional, que incluye a la inter-institucional, al llevar información a otras instituciones, clientelas naturales y opinión pública, tiene como propósito contribuir a la coordinación de la institución con la sociedad para que ésta a su vez alcance sus objetivos.

#### **2.14. Instituciones Públicas**

*“Independientemente de los objetivos propios que cada una persigue (ejecutivos, legislativos, judiciales, de vigilancia, etc.), el conjunto de las instituciones públicas (que constituyen el gobierno) tienen como objetivo primordial el de colaborar en la consecución del bien común. Esta meta se identifica a nivel de cada país con el concepto de desarrollo nacional”.* (Muriel & Rota, 1980).

Las actividades de las instituciones públicas se ven orientadas a mejorar el desarrollo del país, es por esto que se ve necesario que el accionar de cada institución se lleve a cabo de la mejor manera para cumplir estos objetivos, los cuales deben ser planificados y comunicados para su correcta interpretación.

La entidad en la que vamos a trabajar corresponde a un GAD Parroquial, por lo que vemos la necesidad de tratar el tema a breves rasgos a continuación.

#### **2.15. Gobiernos Autónomos Descentralizados**

El artículo primero de la Constitución del Ecuador sostiene que: “El Ecuador es un Estado social de derecho, soberano, unitario, independiente, democrático, pluricultural y



multiétnico. Su gobierno es republicano, presidencial, participativo y de administración descentralizada”.

Existen 5 niveles de Gobierno en nuestro país, tales niveles son: la provincia, el cantón, las parroquias y las juntas parroquiales, circunscripciones territoriales indígenas y afroecuatorianos y asociaciones regionales y regímenes especiales.

En este documento nos centraremos en las parroquias y las juntas parroquiales. Volviendo al texto de Anacélida, se expone que la distribución político-administrativa del Ecuador es desigual e irregular en cuanto a la estructura territorial y poblacional, en la Sierra tenemos alrededor de cinco parroquias por cantón, con una población que va desde 10.000 hasta 56.500. (Burbano, 2003, pág. 46).

Algo importante que señala Burbano es la ampliación de la participación ciudadana en las labores de administración y organización de la comunidad, es por ello que se estableció un espacio de consulta, control y participación ciudadana de los habitantes de la parroquia con la junta parroquial sin discriminación alguna que incluye a los menores de 18 años de edad.

Al hablar de la administración descentralizada nos referimos a la distribución territorial del poder político y de su ejercicio. Es por ello que cada parroquia se encuentra liderada por un Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial (GAD), esta entidad se encarga de velar por el bienestar de la toda la comunidad.

En esta línea Rómulo López Sabando sostiene que “las autonomías fortalecerán las diversas nacionalidades y etnias de la costa, sierra y oriente, pues podrán organizar su propio distrito y nombrar sus representantes y autoridades directamente, bajo la nueva división territorial en Estado Federal de Derecho”. En dicho Estado federal se establecerán leyes y normas nacionales con el fin de regular a la comunidad teniendo en cuenta las circunstancias históricas.

*Así mismo Jorge Moreno señala que: “...en el manejo y ejercicio de las competencias del GAD, no solo están presentes los principios de colaboración y complementariedad, sino que se deben recurrir a los que están previstos en el Art. 238 de la Constitución de la República y los establecidos en el Art. 3 del COOTAD, que me permito enunciar: Unidad; solidaridad; coordinación y corresponsabilidad; subsidiariedad, complementariedad, equidad territorial, participación ciudadana, sustentabilidad del desarrollo...” (Moreno, 2013).*



Por tanto el GAD Parroquial no ve a la comunidad como algo ajeno a la entidad, al velar por su bienestar se convierte en uno solo sujeto, es decir el GAD Parroquial es la comunidad y viceversa.

La descentralización según el apartado segundo del artículo 225, “es la transferencia progresiva que el gobierno central hace de funciones, atribuciones, competencias, responsabilidades y recursos a las entidades seccionales autónomas o a otra de carácter regional.” (Burbano, 2003, pág. 33).

Anacélida Burbano hace las siguientes observaciones en referencia a este término:

1. La descentralización no solo significa traspaso de atribuciones, sino de responsabilidades, lo que implica que la entidad encargada de dichas atribuciones deben disponer del recurso adecuado y la infraestructura idónea para poder llevar a cabo las nuevas actividades que tienen que ejercer.
2. La descentralización va acompañada de la transferencia de recursos para que se puedan cumplir las metas señaladas. Una vez que la entidad seccional solicite la descentralización y esta tenga la capacidad operativa para asumirla, el gobierno tendrá la obligación de transferir los recursos financieros correspondientes.
3. La descentralización acoge a todas las entidades establecidas en la organización territorial, tales como: consejos provinciales, concejos municipales, juntas parroquiales, circunscripciones territoriales indígenas y afroecuatorianos, todas estas entidades son organismos de régimen seccional autónomos.

La división político-administrativa de la República redactada en el título XII de la Carta Política, dividido en cuatro capítulos que corresponden al régimen administrativo y seccional, siendo de nuestro interés el literal “c” que trata de los gobiernos seccionales autónomos. (Burbano, 2003, pág. 41).

De los gobiernos seccionales autónomos. El artículo 251 de la Constitución vigente señala que “cada región autónoma elegirá por votación a su consejo regional y a su gobernadora o gobernador regional, que lo presidirá y tendrá voto dirimente. Los consejeros regionales se elegirán de forma proporcional a la población urbana y rural por un período de cuatro años”. (Constitución de la República del Ecuador).

Y en el artículo 255 tenemos que: “cada parroquia rural tendrá una junta parroquial conformada por vocales de elección popular, cuyo vocal más votado la presidirá. La



conformación, las atribuciones y responsabilidades de las juntas parroquiales estarán determinadas en la ley”.

Y en el artículo 267 sostiene que: “los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

1. Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
2. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
3. Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
5. Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.
6. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
7. Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
8. Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos. En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, emitirán acuerdos y resoluciones.”

Siguiendo la misma línea la Constitución exige la rendición de cuentas de las entidades del régimen seccional autónomo, ya que al ser entidades públicas, deben ser supervisadas por los organismos de control de Estado y por la ciudadanía misma.



### **CAPÍTULO III**

#### **DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL DE LA PARROQUIA TARQUI Y EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE TARQUI**

Para elaborar el presente proyecto de una manera eficaz y oportuna es necesario plantearnos la metodología adecuada que nos permita establecer de manera ordenada los lineamientos, pasos y técnicas que se requieran, esto con el fin de lograr un diagnóstico de la comunicación interna y externa que nos permita alcanzar los objetivos planteados.

La obtención de estos datos e información se realizó en el transcurso de los meses de noviembre y diciembre, durante este tiempo se realizó una observación dentro del Gobierno Parroquial de Tarqui y se realizaron entrevistas a miembros de esta institución, esto en cuanto al diagnóstico de la comunicación interna. En cuanto a la comunicación externa se realizaron grupos focales con líderes comunitarios y habitantes de las comunidades de Tarqui.

De esta manera se ha logrado profundizar en el proceso comunicacional por el que atraviesa la institución y conocer de más cerca la realidad y necesidades que tienen las comunidades.

Por medio de este diagnóstico comunicacional nos guiaremos para la elaboración de la propuesta de un Plan de Comunicación, y a su vez para identificar la viabilidad de un Área de Comunicación y Relaciones Públicas en el GAD Parroquial de Tarqui.



### **3.1. Enfoque de la Investigación**

El enfoque de la investigación será cualitativo, entendiéndose como enfoque o investigación cualitativa a “aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas habladas o escritas, y la conducta observable.” (Taylor & Bogdan., 1987, pág. 20). Esto nos permitirá tener una percepción más amplia de la opinión de los habitantes y miembros del GAD Parroquial de Tarqui a través de las técnicas de investigación que se detallarán en el desarrollo de este capítulo.

### **3.2. Diagnóstico Comunicacional**

Un diagnóstico comunicacional requiere de un proceso de investigación enfocado en la problemática planteada, puede involucrar varias técnicas de investigación que permitan llegar al objetivo, una vez aplicadas estas técnicas se puede obtener resultados y conclusiones que den paso a las posibles soluciones o prevenciones que amerite el caso estudiado.

Para ejecutar las técnicas de investigación en el diagnóstico comunicacional es necesario establecerse a quién y por qué se les aplicarán las técnicas de investigación ya que como expresa Daniel Prieto Castillo “El trabajo popular, los procesos de organización social de una manera democrática, no son posibles si todos los involucrados, los participantes, no poseen un conocimiento adecuado de la situación o el problema sobre lo que tratan de incidir.” (Prieto, 1990, pág. 55).

De tal manera que podemos entender que es necesario realizar un adecuada selección de las personas y poblaciones que participarán ya que esta información nos permitirá acercarnos lo más posible a la realidad comunicacional de la parroquia y a su vez generar estrategias y propuestas comunicacionales más factibles para el bien de los involucrados, puesto que “si bien un diagnóstico no lo soluciona todo, al menos permite saber sobre qué se está actuando y prever qué pasará si uno toma tal o cual camino.” (Prieto, 1990, pág. 56).



### 3.3. Técnicas de investigación y diseño de los instrumentos

#### 3.3.1. Observación Participante Estructurada

La Observación participante, según Taylor y Bogdan es “la investigación que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes, en el escenario social, ambiente o contexto, y durante la cual se recogen datos de modo sistemático”. (Taylor & Bogdan., 1987, pág. 31). Se puede realizar esta observación de manera documentada o en el momento exacto, de tal modo que esta puede ser participante o no participante, sin embargo el investigador debe tener claro que su participación debe ser moderada, con el objetivo de que el sujeto observado no cambie su conducta al ser analizado ya que los datos deben pertenecer a la realidad diaria.

El escenario social corresponde a las instalaciones del GAD Parroquial de Tarqui, ubicado en el centro parroquial, diagonal a la iglesia de Tarqui. Los informantes, corresponden al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui, conformado por presidente, vicepresidente, vocales, técnicos y operadores de la maquinaria.

La observación participante se ha realizado durante una semana laboral, en los horarios de 8:30 am a 13:00 pm. Para ejecutar esta observación, se ha procedido a realizar la observación participante estructurada que según Lidia Días es “aquella que se la realiza con la ayuda de elementos técnicos apropiados, tales como: fichas, cuadros, tablas, etc., por lo cual se le denomina observación sistemática”. (Días, 2011).

De esta manera se ha realizado la ficha de observación participante con las siguientes consideraciones:

- Escalas Numéricas: la observación se representa por medio de números, con una carga equivalente a un juicio de valor, de la siguiente manera:

4 = Siempre      3 = Casi siempre      2 = A veces      1 = Nunca

El fenómeno a observarse es el clima organizacional del GAD Parroquial de Tarqui. Teniendo en cuenta que el clima organizacional es “el conjunto de características permanentes que describen una organización, la distinguen de otra, e influyen en el comportamiento de las personas que la forman”. (Omaña, 2017). De tal manera que analizar el clima organizacional permitirá determinar la actitud y comportamiento del personal laboral reflejado en el alcance de las metas planteadas como GAD.



Para García y Bedoya, en una organización “existen tres estrategias para medir el clima organizacional; la primera es observar el comportamiento y desarrollo de sus trabajadores; la segunda, es hacer entrevistas directas a los trabajadores; y la tercera, es realizar una encuesta a todos los trabajadores...”. (García & Bedoya, 1997).

Así, realizamos la observación con las siguientes variables:

- ✚ Condiciones físicas del lugar de trabajo.
- ✚ Trabajo en equipo.
- ✚ Factores motivadores.
- ✚ Comunicación entre trabajadores.
- ✚ Relación entre compañeros.
- **Ficha de Observación:**

Escala de evaluación: 1 = Siempre 2 = Casi siempre 3 = A veces 4 = Nunca	ESCALA DE EVALUACIÓN				OBSERVACIONES
	1	2	3	4	
1. Existe respeto entre colegas					
2. Se ven motivados durante la jornada laboral					
3. Existe compañerismo y se ayudan unos a otros					
4. Muestran interés al socializarse los nuevos proyectos					
5. Desperdician el tiempo en otras actividades					
6. Cumplen con las tareas asignadas en el tiempo estimado					
7. Están dispuestos a brindar ayuda ante cualquier necesidad					

**Fuente:** Autoras

### 3.3.2. La entrevista

La entrevista consiste en “una conversación intencional que permite obtener información sobre temas que no se facilitarían por escrito, debido al carácter confidencial o las implicancias emocionales o afectivas de los mismos” (Casanova, 2007).



La entrevista es una técnica de obtención de datos cualitativa, que se basa en un diálogo entre dos personas con una lista de ideas que dirigirán la conversación, y que pretende dar a conocer lo que piensa el entrevistado. Posterior a la entrevista se realiza el análisis de la misma por lo cual el investigador deberá grabar en audio y video la entrevista para tener un registro.

En el presente proyecto de titulación se ejecutarán entrevistas al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui y al personal del GAD, siendo estas personas las idóneas para comunicarnos el estado comunicacional actual y las necesidades comunicacionales dentro de la institución.

Diagnosticar la situación comunicacional del GAD Parroquial de Tarqui es nuestro objetivo, para lo cual es necesario conocer más a profundidad todos los detalles de la comunicación que maneja el Gobierno Autónomo Descentralizado, para esto se realizaron dos guías con preguntas enfocadas en la comunicación interna.

La primera entrevista fue realizada al presidente de Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, el licenciado Bolívar Saquipay el día jueves 22 de noviembre de 2018 a las 10:30 de la mañana.

- **Guía de preguntas para la entrevista al Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui:**

1. ¿Cómo calificaría usted la comunicación interna que se maneja dentro de la institución?
2. ¿Qué canales o medios utilizan para comunicarse entre trabajadores del GAD?
3. ¿Qué canal considera usted es el más eficiente al momento de comunicarse entre trabajadores?
4. ¿Faltan algunas herramientas o sería posible optimizar las que ya están vigentes?
5. ¿Tienen diferenciados los canales de uso formal e informal?
6. ¿Qué necesidades tiene la institución en torno a la comunicación?
7. ¿Existen problemas que limiten una buena comunicación interna?
8. ¿Existe un plan para manejar crisis en torno a la comunicación interna?
9. ¿En caso de ausencia del vocero principal, quién se encarga de suplantar ese puesto?
10. ¿Brindan motivación y respaldo a los trabajadores del GAD?
11. ¿Los trabajadores de la institución muestran interés y apoyo a los proyectos y actividades que se realizan?



- |  |
|--|
| 12. ¿Quién se encarga de comunicar y organizar los eventos especiales a realizarse dentro de la institución? |
| 13. ¿La institución tiene una o un responsable de comunicación?  |
| 14. ¿Cuáles son las funciones actuales de la persona encargada de la comunicación?                           |

**Fuente:** Autoras

La segunda etapa de las entrevistas se la realizó a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui que dan una totalidad de 18 personas que estarían a cargo de las siguientes actividades:

**Tabla 1: Personal del GAD Parroquial de Tarqui:**

CARGO	Nº DE PERSONAS
Vicepresidencia	1
Acción Legal	1
Técnicos/as	8
Chofer	1
Operadores de Maquinaria	2
Secretaria	1
Secretario Tesorero	1
Vocales	3

**Fuente:** Autoras

Esto con el objetivo de obtener los puntos de vista y opiniones de los que conforman el equipo de trabajo en el GAD Parroquial. Las entrevistas se desarrollaron en el transcurso de dos semanas, desde el día lunes 12 de noviembre hasta el día viernes 23 del mismo mes, durante las jornadas laborales.

**🚩 Guía de preguntas para las entrevistas dirigidas al personal del GAD Parroquial de Tarqui:**

- |  |
|--|
| 1. ¿Cómo definiría usted la comunicación dentro de la institución? |
| 2. ¿Se realizan reuniones, con qué frecuencia y con qué objetivo?  |



3. ¿Considera que estas reuniones son útiles e importantes?
4. ¿Sabe usted con claridad cuáles son las funciones, actividades, campos de trabajo, misión, visión, valores y objetivos del GAD parroquial de Tarqui?
5. ¿Qué medios de comunicación se utilizan dentro de la institución y cuál considera más eficiente y oportuno?
6. ¿Se tienen diferenciados los canales de uso formal e informal? Entendiéndose por formal a aquellos medios destinados para información como: informes, solicitudes, documentos, oficios etc., e informales a aquellos que son usados cotidianamente, pueden ser estos mensajes cortos que no requieren formalidad.
7. ¿Se siente orgulloso u orgullosa de pertenecer a esta institución?
8. ¿El presidente del GAD está siempre atento y ayuda a solucionar los problemas que surgen en el transcurso de la semana?
9. ¿Se siente motivado con el ambiente laboral, cómo lo definiría?
10. ¿Mantiene una buena relación con sus compañeros de trabajo y presidente?
11. ¿Sabe con exactitud cuáles son sus responsabilidades dentro del GAD?
12. ¿Sabe usted de la existencia de la cuenta oficial de Facebook del GAD, sigue a esta cuenta y con qué fin la usa?
13. ¿Puede usted facilitar contenido para la publicación en las redes de la institución, con qué fines?
14. ¿Conoce las actividades que realiza el GAD?
15. ¿Para la toma de decisiones en el GAD, son sus opiniones tomadas en cuenta?
16. ¿Para llevar a cabo los proyectos es necesaria la aprobación de los altos directivos?
17. ¿Se le informa a usted acerca de los planes, proyectos y actividades que realizarán dentro de la institución?
18. ¿Trabaja usted de la mano de los líderes comunitarios para la ejecución de los nuevos proyectos?
19. ¿Cree que la comunicación dentro de la institución es importante, por qué?
20. ¿Cree usted que es necesario que una persona se encargue de la comunicación, imagen e identidad corporativa de la institución?
21. ¿Cree usted que una institución pública que no realiza comunicación externa corre algún riesgo?
22. ¿Qué recomendaciones o cambios cree usted que son necesarios para mejorar la comunicación interna de la institución?
23. ¿Se realizan actos sociales fuera de los horarios de oficina?

**Fuente:** Autoras



### 3.3.3. Grupos Focales

Para el diagnóstico de la comunicación externa se aplicó la técnica de los grupos focales que según Jenny Kitzinger, “es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos.” (Kitzinger, 1995).

En estos grupos focales se trabajó con 12 comunidades y 1 barrio de la parroquia. Se enviaron previamente oficios a los líderes de cada comunidad y barrio seleccionados, en los cuales se les solicitó su presencia para la presente investigación y que asistieran con la compañía de habitantes de la comunidad.

Se realizó un cuestionario de preguntas las cuales durante la aplicación del grupo focal fueron guiadas por una persona encargada de facilitar la información y cuestionamientos, y a su vez pedir a los participantes que expresen sus opiniones y percepciones sobre el tema propuesto.

Los grupos focales se llevaron a cabo en los siguientes días:

- ✚ Sábado 08 de diciembre, desde las 8:30 am hasta las 16:00 pm.
- ✚ Domingo 09 de diciembre, desde las 8:30 am hasta las 16:00 pm.

- **Guía de preguntas para los grupos focales:**

1. ¿Cuenta la comunidad con una casa comunal y qué tipo de actividades se realizan en esta? ¿Con qué frecuencia se hace uso de esta?
2. ¿Existen espacios en la comunidad destinados para colocar información, como carteleras? ¿Con qué frecuencia y fin se cambia la información?
3. ¿Cómo se maneja la comunicación dentro de la comunidad, por qué medios y con qué fines?
4. ¿Sabe usted con claridad cuáles son las funciones, actividades, campos de trabajo, misión, visión, valores y objetivos del GAD parroquial de Tarqui?
5. ¿A qué medio acude para obtener información del GAD Parroquial de Tarqui?
6. ¿A qué medio o persona acude para informar problemas e inquietudes que estén dentro de las competencias del GAD Parroquial de Tarqui?
7. ¿Proporciona el GAD constantemente información para la comunidad, de qué tipo es esta?
8. ¿Cómo califican ustedes el manejo de la comunicación por parte del GAD Parroquial de Tarqui? ¿Por qué?



9. ¿Consideran necesaria la implementación de un medio de comunicación local en la parroquia?
10. ¿Por qué medios se entera usted de los eventos y actividades del GAD Parroquial de Tarqui?
11. ¿Conoce usted quien es la persona encargada de comunicar las reuniones y actividades a realizarse?
12. ¿Mediante qué medios de comunicación considera es más oportuno obtener la información, explique? Cómo por ejemplo: medios impresos, medios digitales, carteleras, perifoneo, etc.
13. ¿Cuáles son las necesidades comunicacionales que requiere su comunidad?
14. ¿Existe voluntad de parte de la comunidad y del GAD Parroquial cuándo se deben realizar actividades, ya sean estas festivas o por el bien comunitario?
15. ¿Son bien recibidas las inquietudes que se solicitan al GAD Parroquial de Tarqui?
16. ¿Qué recomendaciones o cambios cree usted que son necesarios para mejorar la comunicación externa del GAD Parroquial de Tarqui?
17. ¿Cuenta la comunidad con señal telefónica y señal de internet?
18. ¿Sabe usted de la existencia de la cuenta oficial de Facebook del GAD Parroquial de Tarqui, sigue a esta cuenta y con qué fin la usa?
19. ¿Cómo calificaría la comunicación que se tiene entre el GAD Parroquial de Tarqui y la comunidad, por qué?
20. ¿Cuándo se realizan actividades que pueden producir cortes de agua, luz u obstrucciones en la vía son informados con anticipación? ¿Con cuánto tiempo?
21. ¿Qué tipo de información le gustaría el GAD Parroquial de Tarqui emitiera y por qué medio de comunicación?
22. ¿Cuenta la comunidad con algún canal de comunicación que le permita comunicarse directamente con el GAD Parroquial de Tarqui?
23. ¿Cuenta la comunidad con un canal de comunicación interno para mantenerse informados, quién es la persona encargada de difundir la información?
24. ¿Cree que es importante la implementación de más medios de comunicación en la parroquia? Como: prensa escrita, radio, carteleras, perifoneo, etc.
25. ¿Considera usted que es importante la implementación de un área de comunicación en el GAD Parroquial de Tarqui que se encargue del manejo de comunicación interna y externa?

**Fuente:** Autoras



### 3.4. RESULTADOS

#### 3.4.1. Análisis de resultados

##### 3.4.1.1. Análisis de las Fichas de Observación

PREGUNTAS	ANÁLISIS
<b>¿Existe respeto entre colegas?</b>	Siempre existe respeto entre las personas que trabajan en el GAD, aún así existen ciertas diferencias al momento de tomar decisiones, sin embargo al ser tratadas se logra superar las diferencias.
<b>¿Se ven motivados durante la jornada laboral?</b>	Casi siempre se puede observar que hay una gran motivación de parte de los trabajadores durante su jornada laboral. Esto se evidencia en risas y chistes entre compañeros de trabajo, quienes trabajan cada día con una gran sonrisa al sentirse orgullosos de pertenecer a esta institución.
<b>¿Existe compañerismo y se ayudan unos a otros?</b>	A pesar de que cada persona dentro de la institución tiene un rol definido siempre están dispuestos a brindar el apoyo necesario a sus compañeros de trabajo y a colaborar con la comunidad.
<b>¿Muestran interés al socializarse los nuevos proyectos?</b>	En ocasiones existe falta de socialización al presentarse nuevos proyectos, esto se evidencia en la falta de información en los compañeros de trabajo al tratar de averiguar los campos en los que se desempeña el GAD parroquial.
<b>¿Desperdician el tiempo en otras actividades?</b>	Nunca, todo el tiempo el personal de trabajo se dedica a sus labores diarias, se ven en la necesidad de acercarse a sus compañeros con la finalidad de pedir ayuda o asesoría.



	Mantiene conversaciones con temas no profesionales tales como: anécdotas, chistes, asuntos personales, etc., en horas de descanso.
<b>¿Cumplen con las tareas asignadas en el tiempo estimado?</b>	Siempre se cumple con las tareas asignadas, sin embargo en ocasiones hay retrasos en el proceso de las mismas.
<b>¿Valora y reconoce el jefe las tareas del personal de trabajo?</b>	Siempre, el presidente del GAD Parroquial de Tarqui valora y felicita de manera verbal y abierta el trabajo realizado por el personal de trabajo. Sin embargo realiza reclamos de manera privada con el objetivo de encontrar soluciones.
<b>¿Existen buenas condiciones físicas en los puesto de trabajo? (iluminación, temperatura, espacio, volumen de ruidos, etc.)</b>	<p>Siempre, en todas y cada una de las oficinas existen las condiciones necesarias y justas para que el personal de trabajo pueda realizar un buen trabajo.</p> <p>El único problema es la temperatura baja de la zona, dado que las instalaciones del GAD Parroquial se encuentran en el centro parroquial de Tarqui, una zona muy fría, aunque el frío queda afuera, se puede percibir un ambiente frígido.</p> <p>De esta manera, el personal del GAD de Tarqui acude a trabajar con ropa abrigada.</p>
<b>¿Se comunican de manera constante entre compañeros de trabajo?</b>	Siempre, cuando existen trabajos en equipo se realizan reuniones entre compañeros para llevar a cabo un proyecto, así también en los pasillos se puede observar charlas entre compañeros.
<b>¿Están dispuestos a brindar ayuda ante cualquier necesidad?</b>	Siempre. Se puede observar que hay un involucramiento por parte de todos cuando es necesario que se saque un proyecto y se requiere del apoyo de todos los miembros del GAD.

**Fuente:** Autoras



A raíz de esta observación podemos destacar que existe buena voluntad basada en el respeto por parte de las personas que laboran en el GAD Parroquial de Tarqui ya que siempre están prestas a apoyarse unos a otros y a trabajar por el bien de la parroquia, también hemos observado que a pesar de esta buena voluntad aún hay una falta de interacción y de conocimiento en totalidad sobre las actividades o proyectos que se desarrollan.

Por otro lado se ha observado que los proyectos si bien suelen resultar con éxito en su mayor parte, aún existen ciertos retrasos que pueden generar malestar entre los involucrados.

Al haber conversaciones que no involucren temas profesionales muy frecuentes se pueden generar malos entendidos entre las personas ajenas al GAD que han llegado en busca de información, como para los mismos colegas que pueden estar atravesando alguna situación o requieren de concentración. Sin embargo cabe rescatar que este tipo de conversaciones también suelen liberar la tensión y generar un buen ambiente laboral.

Algo muy importante a destacar es que el edificio del GAD de Tarqui está conformado por tres pisos, sin embargo no cuenta con un lugar adecuado para que el personal pueda servirse con tranquilidad el coffee break o tener un tiempo de ocio. Existe una cafetera en donde de manera individual cada persona se prepara su café cada mañana.

Es importante este aspecto ya que en el momento de servirse el café de manera grupal se puede crear un ambiente de confraternidad en donde se entablan charlas amenas y el compañerismo crece.

### **3.4.1.2. Análisis de la entrevista al presidente del GAD Parroquial de Tarqui**

#### **Comunicación Interna**

- La comunicación personal y las redes sociales son los medios o canales comunicacionales más utilizados en la comunicación interna, para generar información oficial como también información extra oficial, entre estas la comunicación personal es más eficiente según el presidente ya que mediante esta se puede ver las expresiones faciales, la expresión vocal e incluso la gesticulación es mucho más contundente al momento de comunicar. Para emitir información de carácter más formal y más detallada hacen uso del correo electrónico, y para



enviar mensajes, sugerencias y peticiones utilizan más el WhatsApp. También cuentan con grupos en las redes sociales, estos grupos han sido creados de acuerdo a la necesidad, por este motivo hay un grupo de técnicos que se ha creado para comunicar ciertas actividades, y hay un grupo general creado con el fin de fortalecer las relaciones de compañerismo.

Dentro del GAD Parroquial de Tarqui no utilizan carteleras ya que no ha habido un interés o preocupación por actualizar estas constantemente y han quedado en el olvido, sin embargo el presidente mencionó que no se descarta la idea de volver a usar este medio para difundir la información.

- Cuando el presidente del GAD Parroquial se ausenta por algún motivo cualquier persona perteneciente al GAD Parroquial puede facilitar la información requerida, sobre todo en las redes sociales. Sin embargo cuando una persona informaba enfatizando en algún partido político, se ha sabido tomar las respectivas medidas y llamados de atención. Los funcionarios del GAD Parroquial ayudan a canalizar la información pero cuando una persona desconoce el tema simplemente solicita que se comunique con otra persona que le puede ayudar a resolver dudas.

### **Clima Organizacional**

- Desde la perspectiva del Licenciado Bolívar Saquipay, actual presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, la comunicación interna es muy buena ya que tanto la presidencia como autoridades, vocales, técnicos, y todo el personal laboral trabaja en equipo para sacar adelante los proyectos y actividades planteadas en el POA y las que se suman en el transcurso del año.
- Hay un gran nivel de motivación ya que siempre están procurando ser más cercanos los unos a los otros, y cuando algún funcionario no se siente a gusto con otro se acerca y trata de resolver las diferencias.
- Constantemente se realizan actividades de interacción con el personal laboral, ya que como mencionó el presidente del GAD Parroquial, “si una institución pública quiere alcanzar el éxito y la eficiencia, siempre se pone metas y se presiona uno mismo”, y para alivianar el estrés de la semana han acordado ingresar en las mañanas más temprano y los viernes en la tarde salir más pronto para hacer



actividades deportivas con el fin de divertirse, conversar y sobre todo hacer más fuerte el lazo de confianza entre trabajadores.

- Son los mismos trabajadores quienes se encargan de organizar cualquier actividad de este tipo, ellos se organizan, sin embargo el presidente considera que sería mejor si hubiese una persona que ayudará en esta actividad.

### **Comunicación de Crisis**

- Por el momento no existen problemas que limiten una eficiente comunicación interna, y tampoco se cuenta con un plan para manejar posibles crisis, lo cual considera es una desventaja y una necesidad comunicación importante con la que deberían contar como institución.

### **Cultura Organizacional**

- Las reuniones se llevan a cabo una vez al mes con el personal interno, estas con el objetivo de descubrir algunas falencias y dar solución a las mismas.
- La persona que se encarga de comunicar y organizar los eventos especiales a realizarse dentro de la institución por lo general suele ser el personal de secretaría luego de haber recibido la aprobación de la presidencia.

### **Motivación Laboral**

- El licenciado Bolívar Saquipay nos comentó que se siente muy agradecido ya que ha tenido la suerte de tener gente bastante predispuesta y con mucha voluntad.

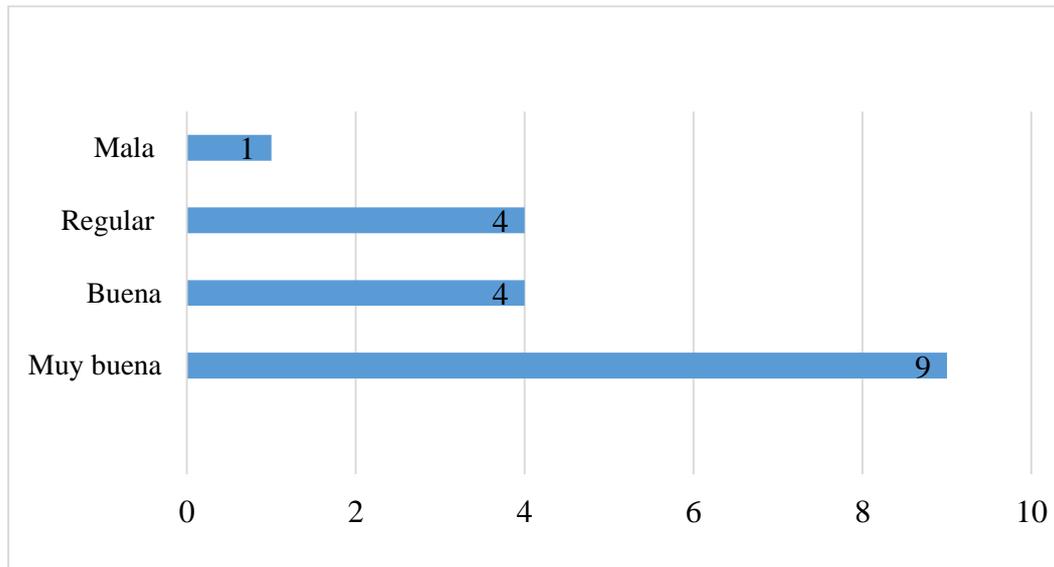
### **Imagen Institucional**

- Actualmente el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui no cuenta con una persona encargada de realizar actividades de comunicación y relaciones públicas, el presidente considera que es fundamental y urgente contar con un área de comunicación ya que se debe comunicar internamente y externamente para que las personas conozcan lo que se está haciendo como GAD Parroquial y posicionar la imagen y credibilidad de la institución.

### 3.4.1.3. Análisis de las entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

#### 1. ¿Cómo definiría usted la comunicación dentro de la institución?

**Gráfico 1: Percepción de la comunicación interna según el personal de la institución**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

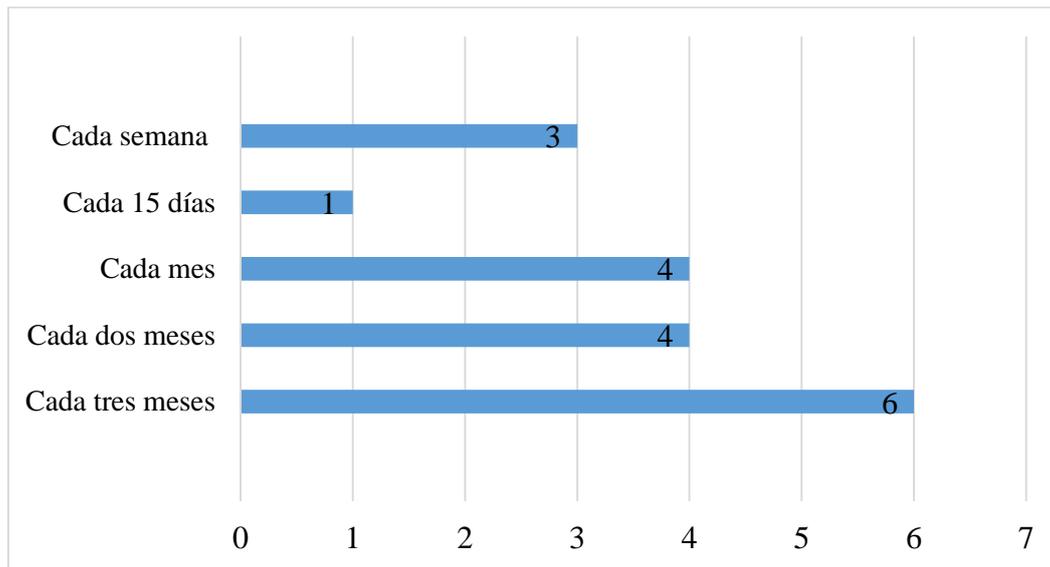
La comunicación dentro de la institución para nueve personas es muy buena, debido a que existe la conexión necesaria entre departamentos conformados por técnicos y vocales.

Para cuatro personas la comunicación es buena ya que para ejecutar cualquier proyecto se realizan reuniones periódicas con las personas encargadas de aquella actividad, además el equipo de trabajo es pequeño lo que facilita la comunicación entre el personal.

La comunicación es regular para cuatro personas entrevistadas debido a la que falta de información de algunos proyectos ejecutados en el GAD Parroquial de Tarqui. Para una persona la comunicación dentro de la institución es mala, ya que falta la socialización de los proyectos ejecutados hacia la gente, alega esta persona, que la gente no sabe que hacen como GAD Parroquial.

## 2. ¿Se realizan reuniones, con qué frecuencia y con qué objetivo?

**Gráfico 2: Con qué objetivo y frecuencia se realizan las reuniones**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

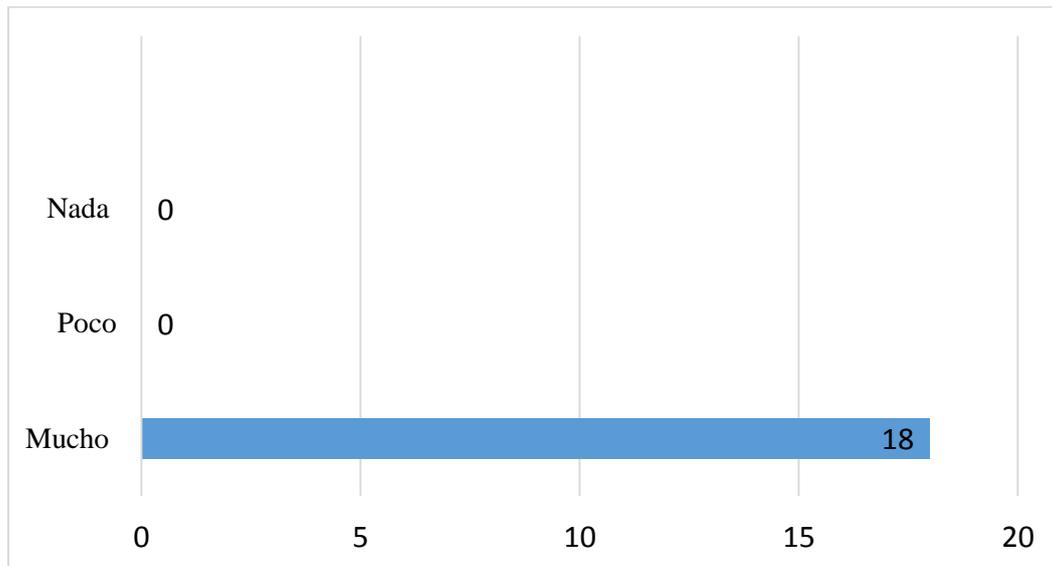
Las reuniones por lo general son cada trimestre con el fin de dar seguimiento a los proyectos que cada persona está trabajando, las actividades y para programar actividades que se realizarán dentro de la institución. Existen reuniones con convocaría urgente, por lo que se suspende cualquier actividad y se lleva a cabo la reunión citada, de esta manera se fortalece la relación de los técnicos con los legisladores.

Muchas veces se mantienen reuniones cortas con el personal del GAD Parroquial, en estas se trata de dar solución a pequeños inconvenientes y solicitar la aprobación de cualquier trámite a ejecutarse. Cada viernes se realiza una reunión de tipo opcional, donde todos los miembros del GAD Parroquial de Tarqui se reúnen con el fin de realizar deporte en las canchas de la institución.

Los operadores por otra parte mantienen constantes reuniones con el técnico de vialidad con el fin de planificar mantenimientos viales en las comunidades.

### 3. ¿Considera que estas reuniones son útiles e importantes?

**Gráfico 3: Utilidad e importancia de las reuniones**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

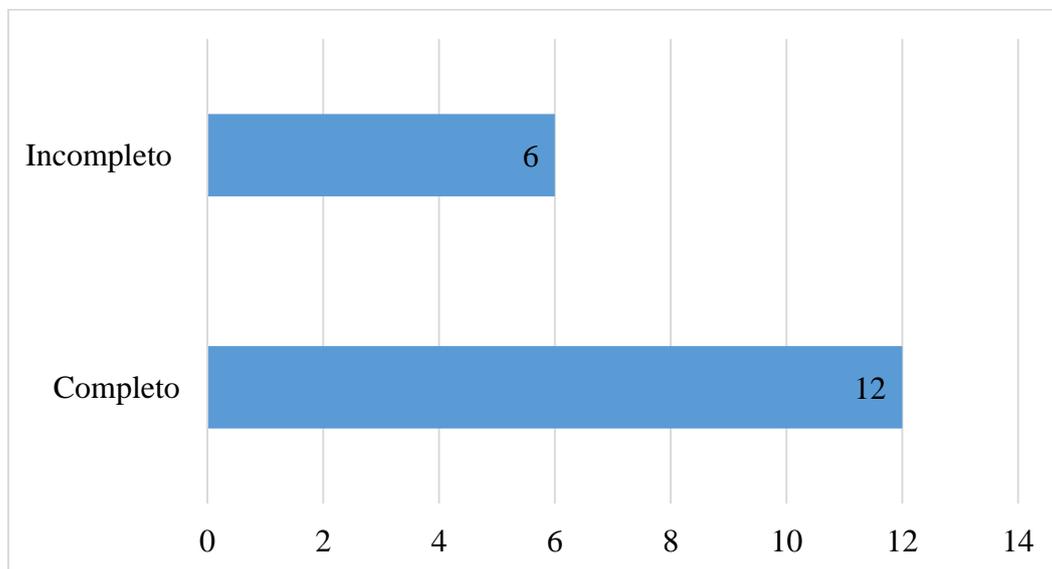
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Todas las personas entrevistadas consideran que estas reuniones son muy útiles e importantes ya que en cada sesión ordinaria y extraordinaria se coordinan los proyectos en donde se maneja una política en común que sigue los mismos objetivos.

Se analiza además, el avance de los trabajos que se van realizando de acuerdo a la planificación ya establecida, viabilizando cualquier dificultad en donde cada técnico trata de dar una solución.

**4. ¿Sabe usted con claridad cuáles son las funciones, actividades, campos de trabajo, misión, visión, valores y objetivos del GAD parroquial de Tarqui?**

**Gráfico 4: Conocimiento del personal laboral sobre las funciones y cultura organizacional del GAD Parroquial**



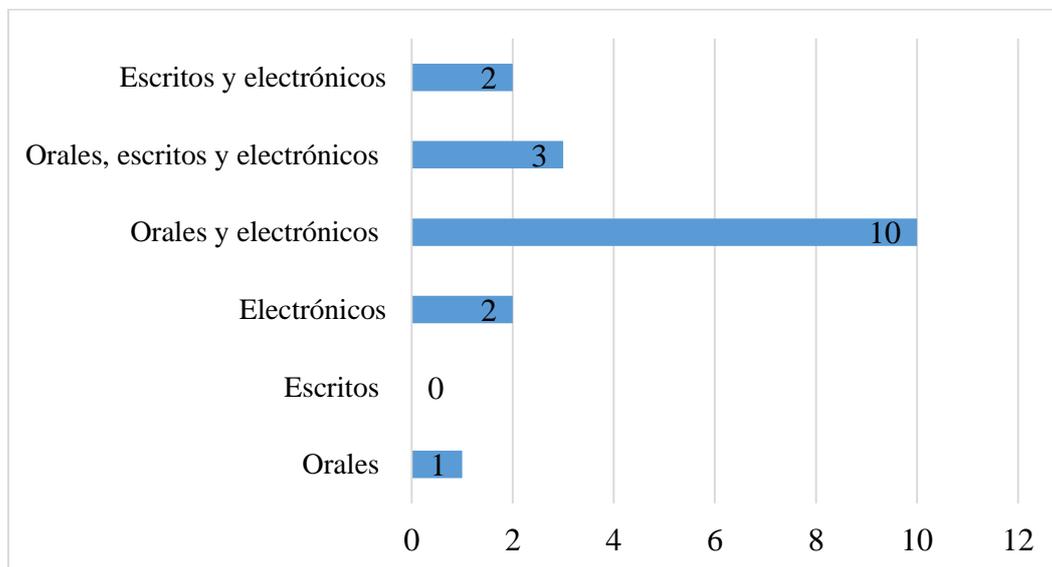
**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Todo el personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui conoce la respuesta a la pregunta planteada, sin embargo sólo 12 de las personas entrevistadas conocen las respuestas completas, es decir, tienen una idea general de las actividades que realiza el GAD Parroquial, sin embargo 6 personas entrevistadas desconocen aspectos relevantes como la misión y la visión del GAD Parroquial de Tarqui, manejan una información incompleta.

**5. ¿Qué canales de comunicación se utilizan dentro de la institución, y cuál considera más eficiente y oportuno?**

**Gráfico 5: Canales de comunicación y eficiencia de los mismos**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Los canales de comunicación utilizados en la GAD Parroquial de Tarqui son los siguientes:

**Orales:** mediante una conversación se procede a realizar diferentes trámites tales como planificación, redacción, entre otros. En las reuniones se intercambia información y se solicita avance de proyectos. Las llamadas, también son utilizadas dentro de esta institución y aunque no sea una conversación personal, es decir frente a frente, resulta



muy útil al momento de establecer contacto con una persona que se encuentra ausente en ese momento, la rapidez en la obtención de información es bastante útil al tratarse de un asunto urgente.

**Escritos:** con la entrega de oficios se formaliza cualquier solicitud o trámite a realizarse, además sirve para tener un registro tangible de una petición realizada de manera oral. Ninguna persona considera que este sea un óptimo canal de comunicación, ya que este se utiliza únicamente cuando existe un reclamo por parte de los superiores.

**Electrónicos:** esta tecnología vinculada al internet tiene mucha aceptación en el GAD Parroquial de Tarqui ya que con el uso del correo electrónico, las redes sociales tales como: Facebook y twitter, y las aplicaciones móviles diseñada para teléfonos inteligentes como WhatsApp, permiten una comunicación al instante y transmitir mensajes escritos, puede utilizarse para enviar el mismo mensaje a muchas personas al mismo tiempo, tal es el caso del grupo de WhatsApp utilizado en el GAD Parroquial de Tarqui, mediante este grupo conformado por todo el personal laboral se informa de reuniones, eventos y otros aspectos relacionados a la institución.

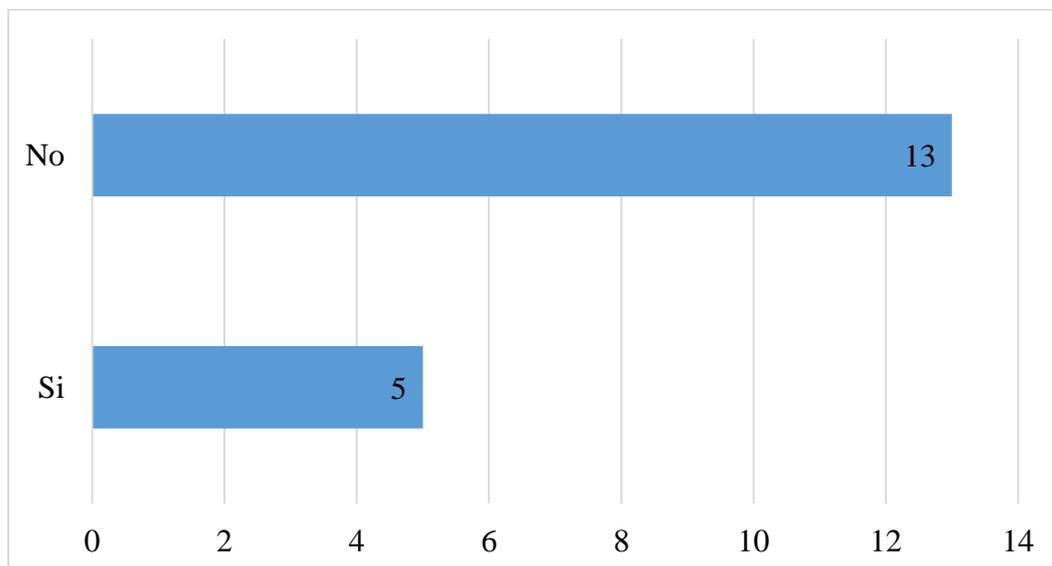
10 de las personas entrevistadas, consideran que los canales de comunicación más eficientes y oportunos son los orales y electrónicos, debido a que un solo canal no es suficiente, mediante una conversación se definen detalles pero con el envío de un correo electrónico y un mensaje a las redes sociales se formaliza la conversación sostenida y los trámites a realizarse.

2 de las personas entrevistadas consideran que los canales más eficientes son los escritos y electrónicos. Por otro lado 3 de las personas entrevistadas consideran que los canales orales, escritos electrónicos son los más oportunos dentro de la institución.

De las últimas 3 personas entrevistadas, 2 opinan que los canales electrónicos son más eficientes y finalmente 1 persona entrevistada afirma que los canales orales son más pertinentes.

## 6. ¿Se tienen diferenciados los canales de uso formal e informal?

**Gráfico 6: Conocimiento de la diferencia de canales formales e informales**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

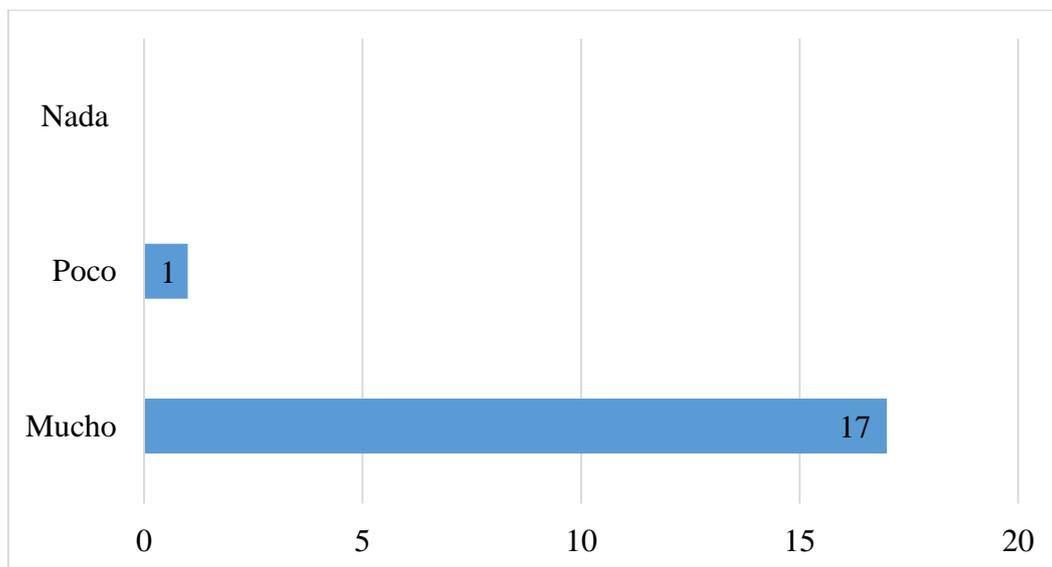
13 de las personas entrevistadas no saben cuál es la diferencia entre los canales de uso formal e informal, sin embargo, 5 de ellas si saben la diferencia. Aludiendo que los canales de uso formal son aquellos que se los realizan con el objetivo de formalizar la actividad efectuada, como aceptación de propuestas, solicitudes u oficios con los cuales se obtiene un respaldo de lo anterior mencionado. Y los canales de uso informal son aquellos que se los realizan mediante las redes sociales y chats grupales, en donde la



información va dirigida a recordar reuniones o consultar datos relacionados al GAD Parroquial de Tarqui.

### 7. ¿Se siente orgulloso u orgullosa de pertenecer a esta institución?

**Gráfico 7: Sentimiento de pertenencia hacia la institución**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

17 de las personas entrevistadas afirman que si se sienten orgullosas de pertenecer al equipo laboral del GAD Parroquial de Tarqui. El orgullo es evidente al expresar con una sonrisa su respuesta, afirman además, que el sentimiento de orgullo va acompañado del sentimiento de gratitud a ser parte de un equipo responsable que trabaja por el bienestar de la parroquia, ya que muchos de ellos se sienten miembros de la parroquia Tarqui.

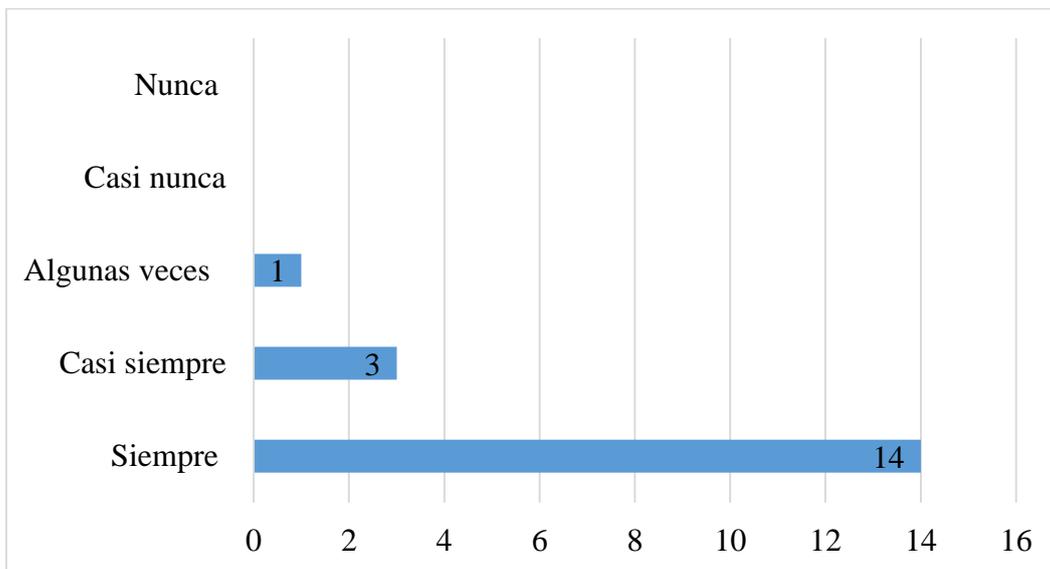


El sentimiento de orgullo se realiza al haber obtenido varios premios por actividades a nivel nacional, tal como la Mazorca de Oro.

Solo una persona considera poco el orgullo de pertenecer al GAD Parroquial de Tarqui, ya que para esta persona, más que orgullo es una responsabilidad muy grande trabajar en esta institución, donde los recursos que manejan son de la gente y mediante obras se debe hacer evidente este trabajo. En algunas ocasiones se hace difícil trabajar de esta manera, afirma el entrevistado, ya que las obras no son ejecutadas al 100%.

**8. ¿El presidente del GAD Parroquial de Tarqui es atento y ayuda a solucionar los problemas que surgen en el transcurso de la semana?**

**Gráfico 8: Opinión del personal laboral sobre si es el presidente del GAD Parroquial atento y ayuda en la solución de los problemas**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Alrededor de 14 personas sostiene que siempre el presidente del GAD Parroquial de Tarqui siempre es atento y ayuda a solucionar los problemas que surgen, el presidente

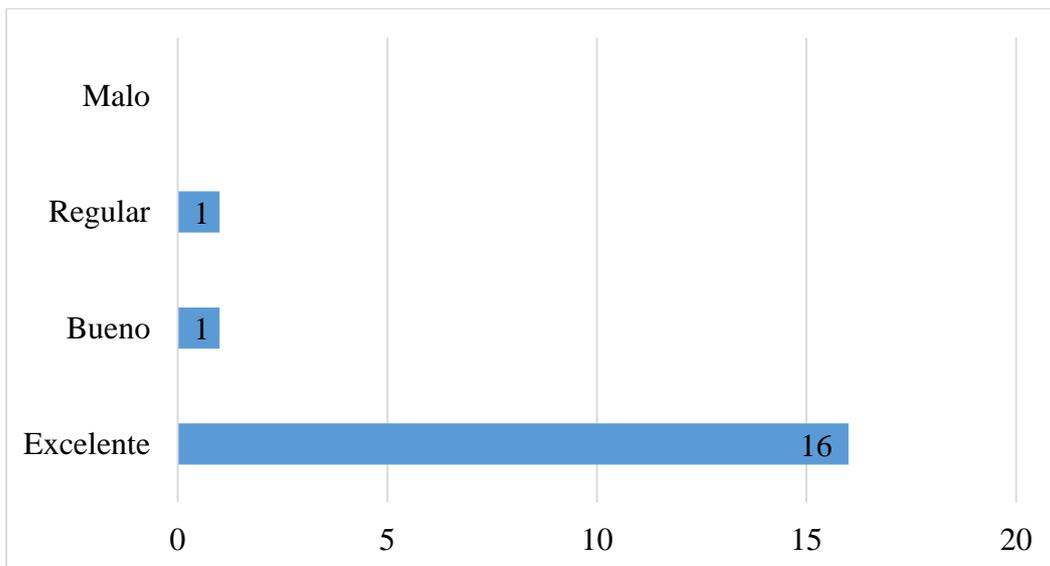
siempre está pendiente de su equipo de trabajo y los apoya, además deposita total confianza en las labores que encomienda.

3 personas afirman que casi siempre el presidente del GAD Parroquial es atento y ayuda a solucionar problemas presentados, sosteniendo que al presidente no se puede llegar con problemas, hay que llegar con soluciones.

Una sola persona sostiene que algunas veces el presidente del GAD Parroquial de Tarqui es atento y ayuda a solucionar los problemas, argumentando que el presidente es un buen líder pero eso amerita también que debe saber los procesos que deben seguir en el campo técnico y jurídico, entender y comprender a los técnicos.

### 9. ¿Se siente motivado con el ambiente laboral, cómo lo definiría?

**Gráfico 9: Motivación con el ambiente laboral**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

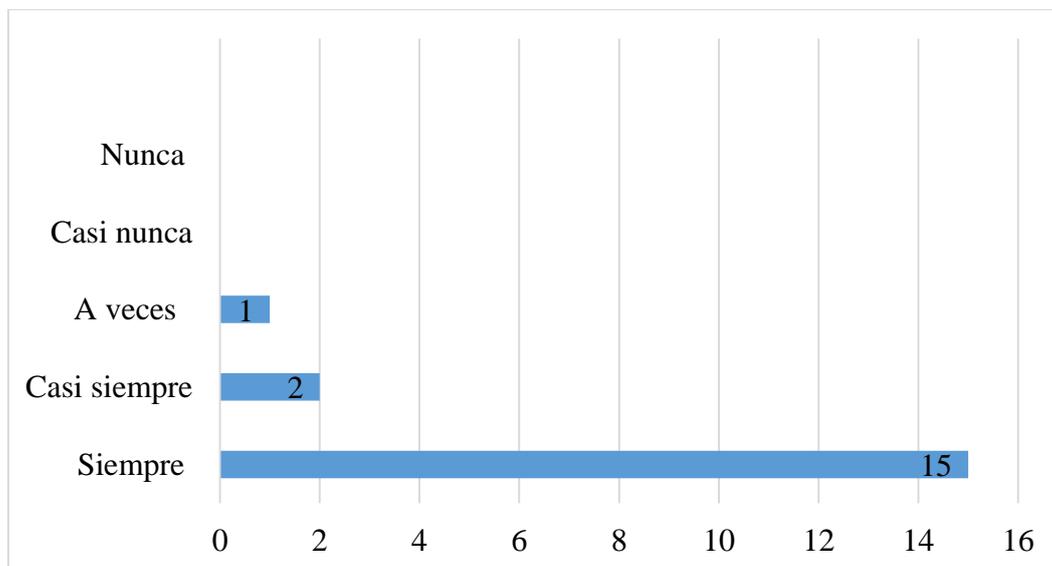
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Casi la totalidad de entrevistados afirman sentirse motivados con el ambiente laboral, califican a este como excelente ya que es un ambiente en el que se tiene mucha libertad para plantear las actividades, hay un ambiente de buen compañerismo y de apoyo mutuo.

Una persona entrevistada afirma que el ambiente laboral es bueno, debido a que siempre van a haber algún tipo de discrepancias entre los compañeros pero aquel detalle se debe solucionar. Una persona entrevistada sostiene que el ambiente laboral es regular, ya que no es 100% eficiente, debido a la existencia de roces y dificultades.

#### 10. ¿Mantiene una buena relación con sus compañeros de trabajo y presidente?

Gráfico 10: Relación entre los compañeros de trabajo



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

15 personas afirman tener siempre una buena relación con sus compañeros de trabajo y con el presidente del GAD Parroquial de Tarqui, existe respeto entre compañeros y amigos, sin embargo cuando se trata de corregir hay que hacerlo.

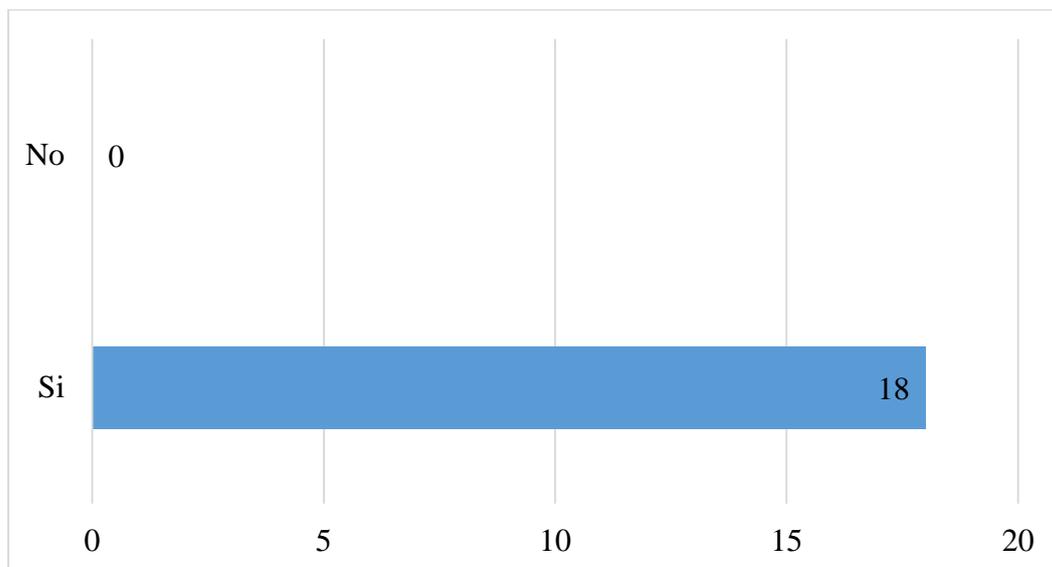


Dos personas sostienen que casi siempre existe una buena relación con sus compañeros de trabajo y con el presidente del GAD Parroquial, este casi siempre se ve afectado a problemas surgidos con anterioridad.

Una persona entrevistada expresa que solo a veces hay una buena relación entre compañeros de trabajo y el presidente, ya que cuando surgen problemas, existen enfrentamientos que afectan el clima laboral.

### 11. ¿Sabe con exactitud cuáles son sus responsabilidades dentro del GAD?

**Gráfico 11: Conocen sus responsabilidades en el GAD Parroquial**



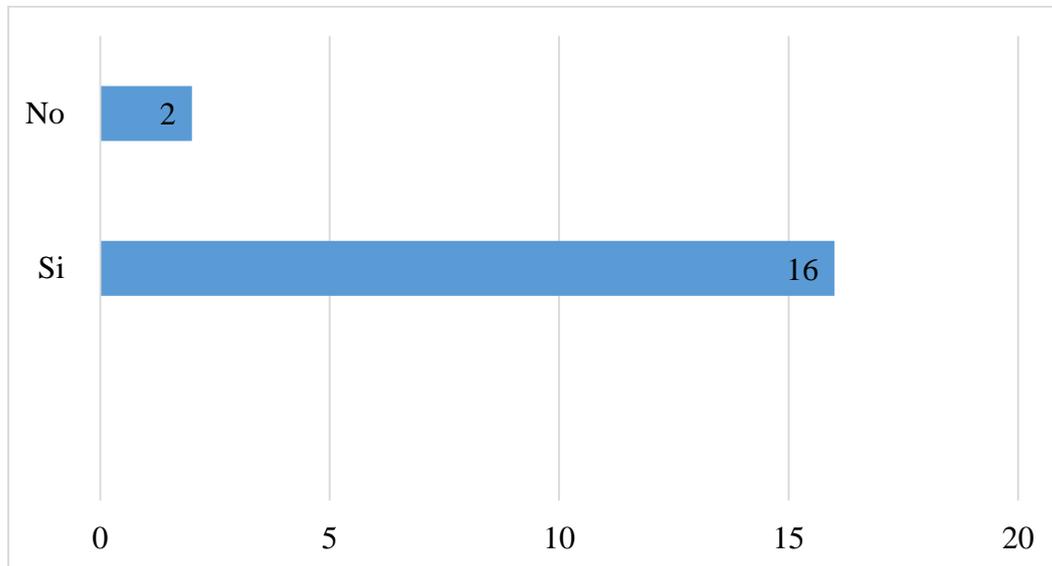
**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Todos los entrevistados afirman saber cuáles son sus responsabilidades dentro de la institución, ya que cada persona tiene un contrato y tiene una actividad específica y si existen otras actividades adicionales, se las realizan ya que son actividades complementarias fuera del contrato pero son cumplidas.

**12. ¿Sabe usted de la existencia de la cuenta oficial de Facebook del GAD, sigue a esta cuenta y con qué fin la usa?**

**Gráfico 12: Fin del uso de la cuenta oficial de Facebook del GAD por parte del personal**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

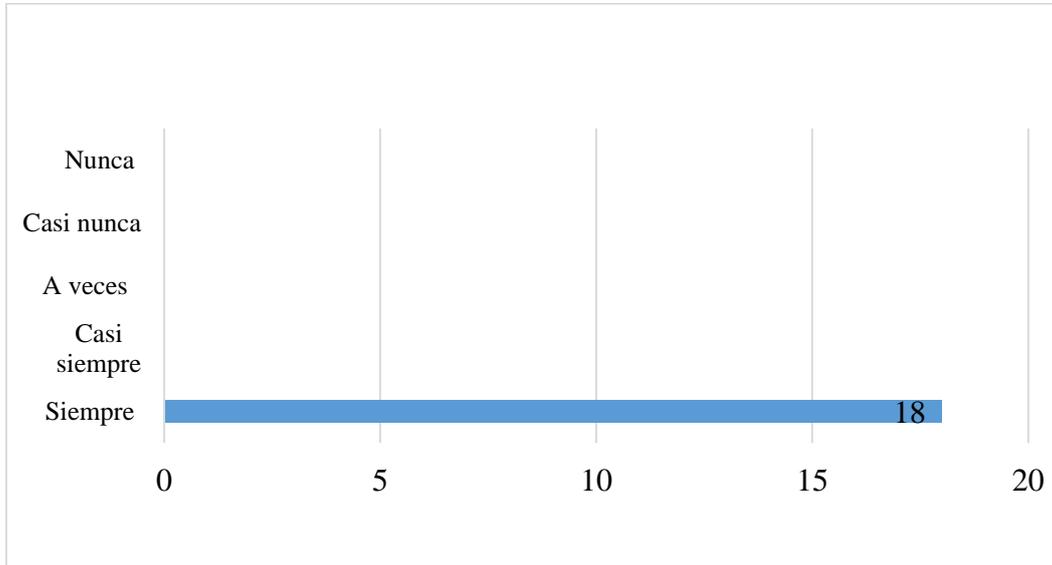
16 personas entrevistadas conocen la existencia de la cuenta oficial de Facebook del GAD Parroquial de Tarqui. Además de conocer, siguen a esta cuenta y la usan con fines informativos, es decir, conocer que actividades se realiza como Gobierno Parroquial.

2 personas entrevistadas no conocen la existencia de la cuenta oficial en Facebook del GAD Parroquial.



**13. ¿Puede usted facilitar contenido para la publicación en las redes de la institución, con qué fin?**

**Gráfico 13: Puede el personal laboral aportar con contenido para las redes sociales**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

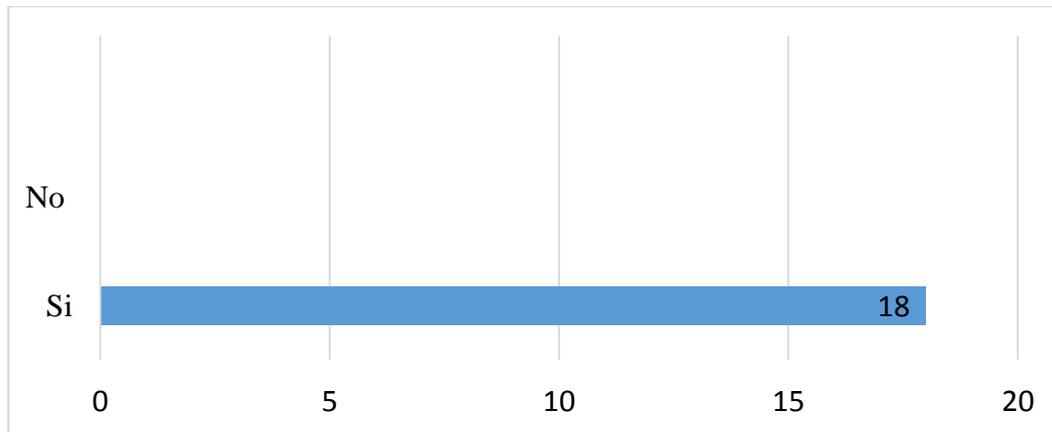
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

La totalidad de los entrevistados están dispuestos a facilitar contenido para la publicación en las redes sociales, tales como información de las actividades realizadas y fotografías.

Con el fin de mostrar las actividades que hay dentro del GAD Parroquial de Tarqui y que las personas se integren a estas.

#### 14. ¿Conoce las actividades que realiza el GAD Parroquial de Tarqui?

**Gráfico 14: Conocimiento de las actividades que le competen al GAD Parroquial**



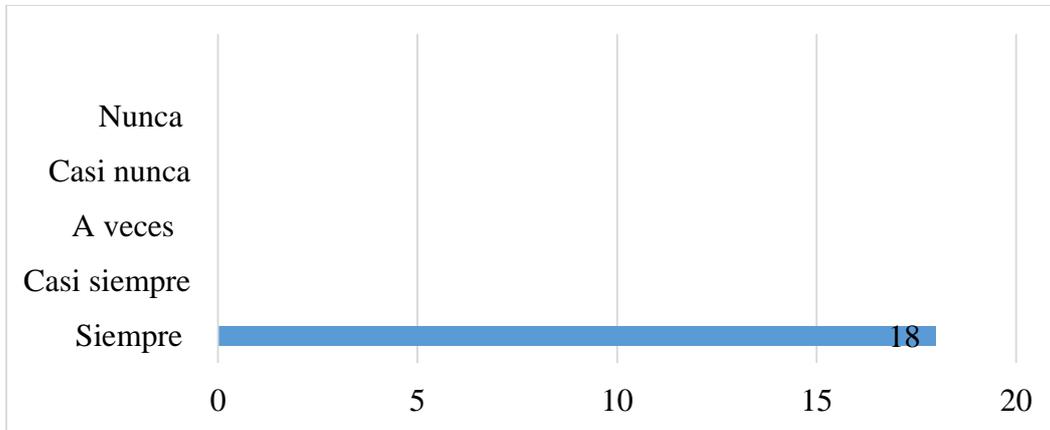
**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

La totalidad de los entrevistados conocen las actividades que realizan como GAD Parroquial, esto debido a que es una institución pequeña y existe contacto diario con todos los compañeros de trabajo y de la misma manera se socializan los proyectos de cada técnico. Son muchas las actividades que se realizan, tales como: mantenimiento vial, mingas, proyectos productivos, campaña de esterilización, emprendimientos con pasto, entrega de cuyes y gallinas de postura y de engorde, trabajos con la sociedad, proyectos de rescate a la identidad cultural y a la memoria histórica.

**15. ¿Para la toma de decisiones en el GAD, son sus opiniones tomadas en cuenta?**

**Gráfico 15: Importancia de las opiniones que da el personal laboral**



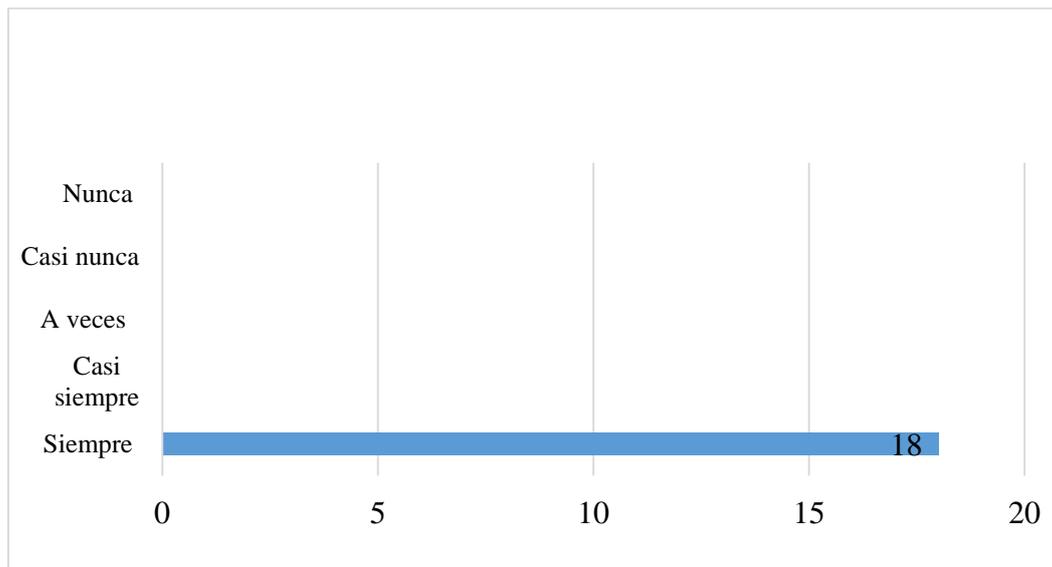
**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

La totalidad de los entrevistados afirman que siempre sus opiniones son tomadas en cuenta. Ya que cuando se pone en ejecución un proyecto, todos pueden aportar con sus conocimientos y consolidar una sola idea, además de ayudar a dar soluciones a los inconvenientes presentados.

## 16. ¿Para llevar a cabo los proyectos es necesaria la aprobación de los altos directivos?

**Gráfico 16: Importancia de la aprobación de los altos directivos para los proyectos y actividades**



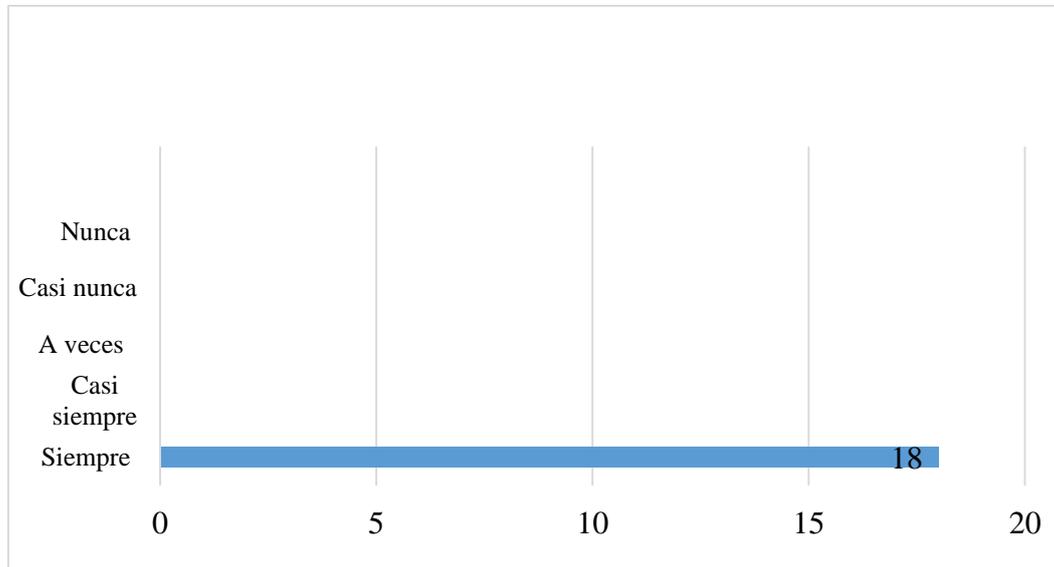
**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Todos los entrevistados afirman que siempre es necesaria la aprobación de los altos directivos, en este caso son todos los representantes de la Junta Parroquial de Tarqui, conformada por el presidente, vicepresidente, secretario tesorero y vocales, ellos mediante votación aprueban o rechazan los proyectos presentados y de esa manera se destina el presupuesto necesario.

**17. ¿Se le informa a usted acerca de los planes, proyectos y actividades que realizarán dentro de la institución?**

**Gráfico 17: Son informados sobre los proyectos planes y actividades**



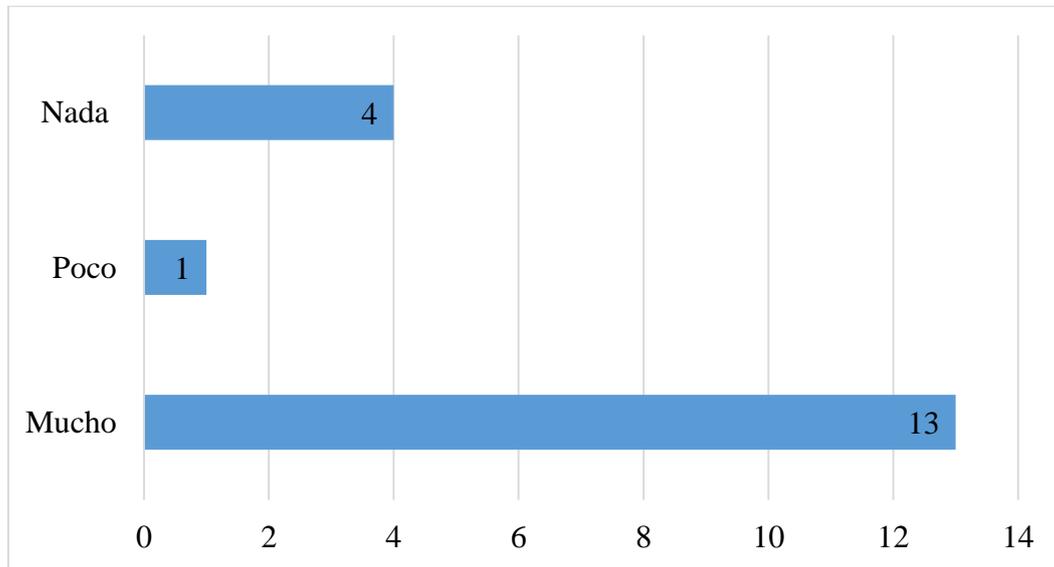
**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Todas las personas afirman que siempre se les informan acerca de los planes, proyectos y actividades que realizarán dentro de la institución mediante las reuniones mantenidas a lo largo del mes, se trata de priorizar obras en estas reuniones.

**18. ¿Trabaja usted de la mano de los líderes comunitarios para la ejecución de los nuevos proyectos?**

**Gráfico 18: Se trabaja conjunto a los líderes de cada comunidad**



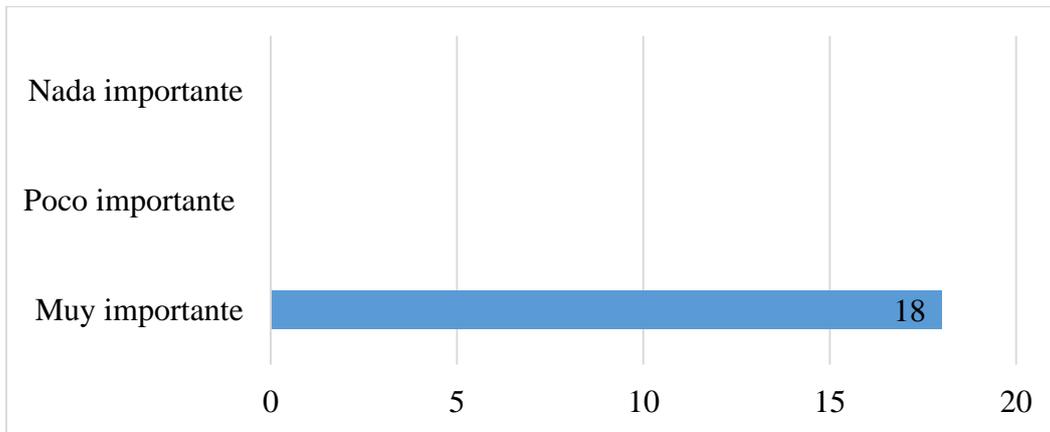
**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

13 de las personas entrevistadas trabajan mucho de la mano de los líderes comunitarios, es decir, con los presidentes de cada comunidad, se coordinan los trabajos con los presidentes ya que son ellos los que conocen el campo en sus comunidades y ayudan a realizar el trabajo de mejor manera.

4 personas no trabajan con los líderes comunitarios, debido a que su área de trabajo se encuentra dentro de las instalaciones del GAD, sin embargo, cuando la situación lo amerita buscan la manera de comunicarse con los presidentes de las comunidades ya que se tiene una base de datos de ellos.

1 persona entrevistada trabaja muy poco con los líderes comunitarios debido a que sus tareas giran en torno al aspecto judicial del GAD.

**19. ¿Cree que la comunicación dentro de la institución es importante, por qué?****Gráfico 19: Importancia de la comunicación interna**

**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

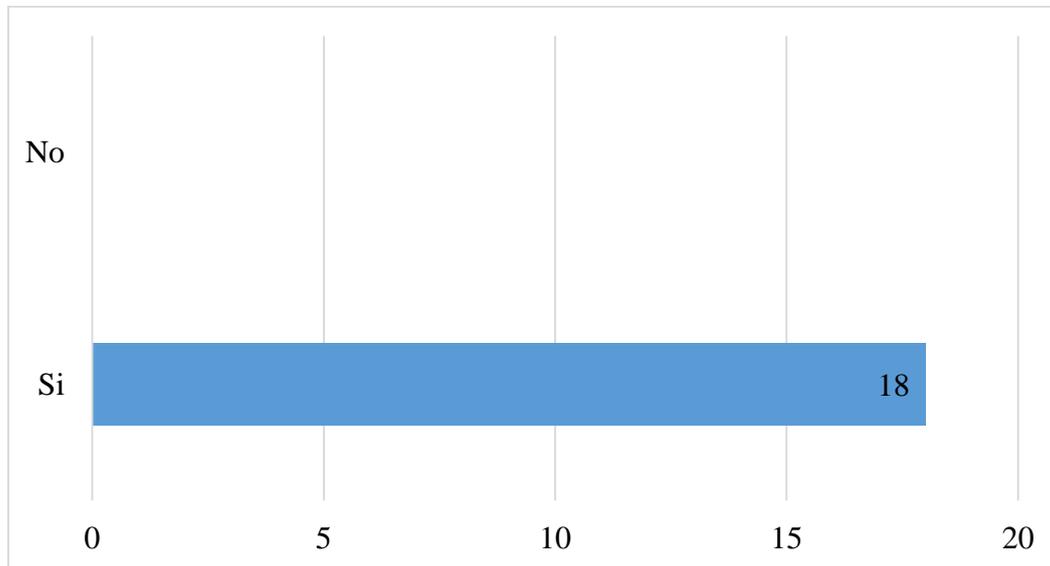
La totalidad de los entrevistados consideran que la comunicación dentro de la institución es muy importante, debido a que una organización no puede surgir sin tener una buena comunicación, manejando una buena comunicación interna se puede mostrar a la organización como fuerte y sostenible.

Es muy importante además, porque ayuda a agilizar los procesos y los canales de comunicación agilitan los trabajos ya que se utiliza la tecnología como una herramienta instantánea.

Comunicando se solucionan muchos problemas que se pueden dar, si entre todos hay una comunicación el problema va a ser resuelto con mayor eficiencia.

**20. ¿Cree usted que es necesario que una persona se encargue de la comunicación, imagen e identidad corporativa de la institución?**

**Gráfico 20: Importancia de contar con una persona encargada de la comunicación, imagen e identidad de la institución**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

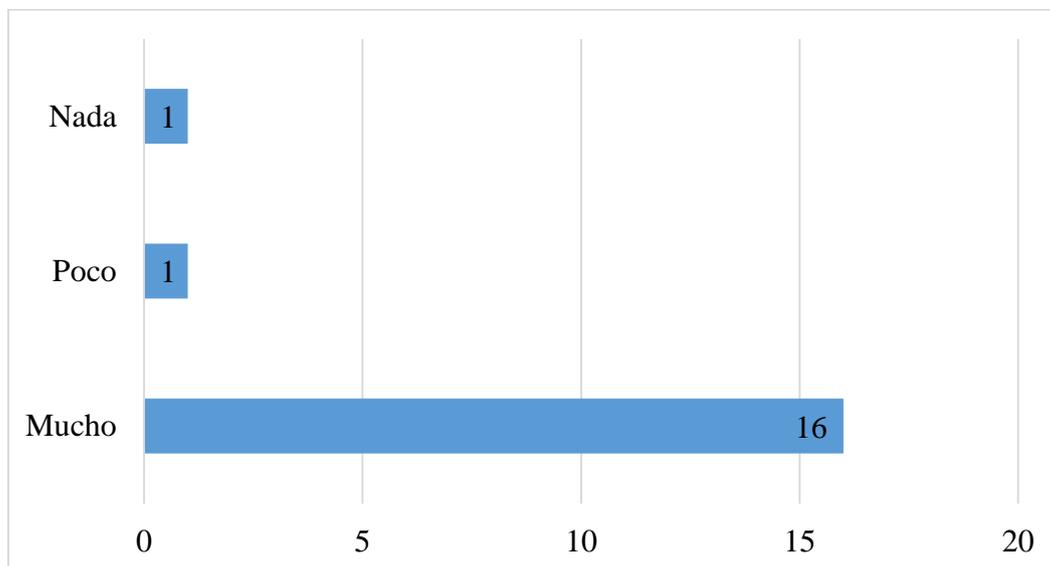
La totalidad de los entrevistados consideran que si es necesario que una persona se encargue de la comunicación, imagen e identidad corporativa de la institución ya que esta persona evidenciaría el trabajo que se está realizando.

Incluso hay ocasiones en que no han sido capaces de mostrar todo lo que están haciendo a todas las 26 comunidades, sostiene un entrevistado.

Es necesario además para estar en constante diálogo con la gente, esta persona debe ser estar siempre enfocada en el ámbito social y comunicacional para la promoción ya que cada uno tiene sus funciones diferentes, esa persona debe receptar todas estas ideas a comunicar y que se dedique solo a esta actividad.

**21. ¿Cree usted que una institución pública que no realiza comunicación externa corre algún riesgo?**

**Gráfico 21: Importancia de realizar comunicación externa según el personal laboral**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

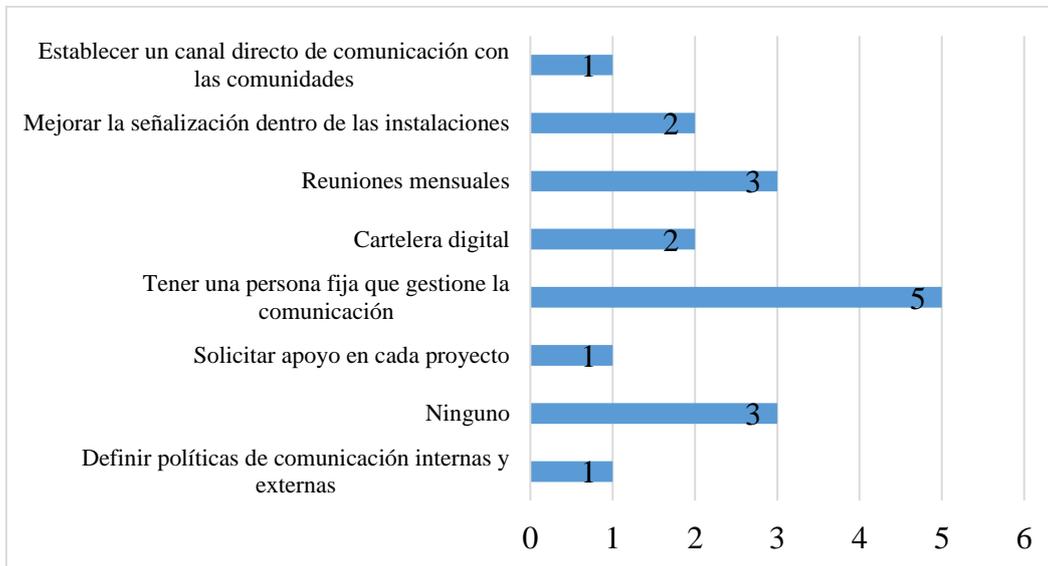
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

16 de las personas entrevistadas consideran que existe mucho riesgo al no realizar comunicación externa, debido a que la desinformación de los habitantes puede ocasionar malos entendidos y dar paso a rumores acerca de los recursos invertidos. “La ley sostiene que se debe dar a conocer cada uno de los proyectos que maneja el GAD y esa fue una debilidad que tuvimos los años pasados, luego tuvimos una comunicadora que daba a conocer los proyectos a brevedad porque no estaba a tiempo completo en el GAD” sostiene una persona entrevistada.

La tecnología resulta muy útil al momento de comunicar las actividades que realiza el GAD Parroquial de Tarqui, y de esta manera se hace una rendición de cuentas, esto sirve además para que las entidades de control hagan un seguimiento. Una persona entrevistada sostiene que no existe riesgo al no realizar comunicación externa, y otra persona sostiene que existe poco riesgo ya que únicamente la institución es mal vista, pero internamente se sigue trabajando igual.

## 22. ¿Qué recomendaciones o cambios cree usted que son necesarios para mejorar la comunicación interna del GAD Parroquial de Tarqui?

**Gráfico 22: Recomendaciones y cambios propuestos para mejorar la comunicación interna por el personal laboral**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Estas son las recomendaciones que solicitó el personal del GAD Parroquial de Tarqui:

Una persona solicitó definir políticas de comunicación internas y externas. Tres personas no recomendaron nada, sugirieron que la comunicación era muy buena. Una persona sostuvo que se debe solicitar apoyo en cada proyecto.

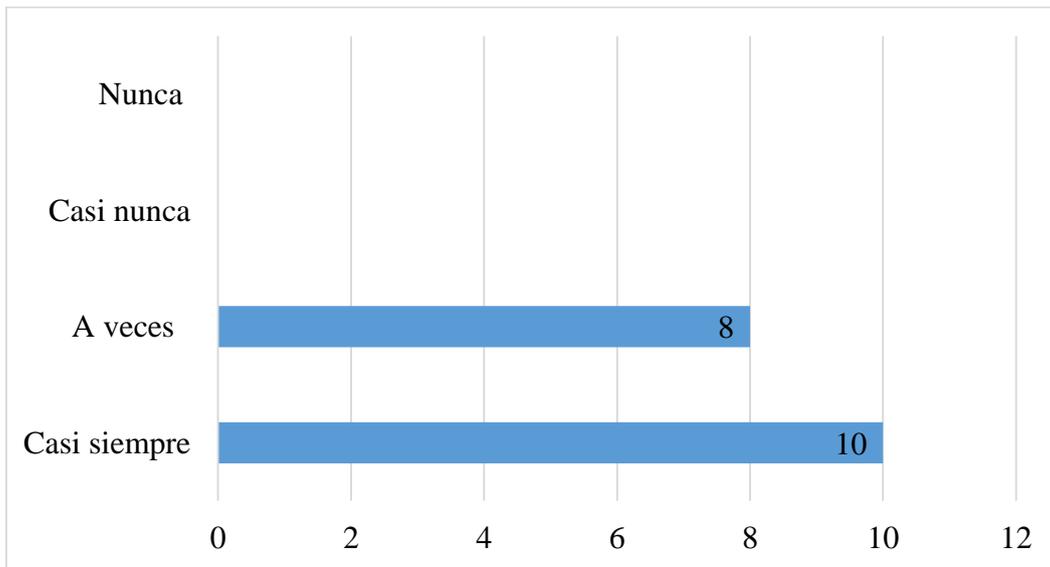
Dos personas recomendaron colocar una cartelera digital para los visitantes de la institución. Tres personas consideran necesarias las reuniones cada mes con el objetivo de visibilizar el avance de cada proyecto.

Dos personas recomendaron mejorar la señalización dentro de las instalaciones ya que existen logos de administraciones pasadas. Una persona sugirió establecer un canal directo de comunicación con las comunidades y cinco personas, recomendaron tener una persona fija que gestione la comunicación interna como externa y que además esta

persona esté involucrada en todos los proyectos del Gobierno Parroquial, dando cobertura siempre a cada actividad realizada.

### 23. ¿Realiza actos sociales entre compañeros fuera de los horarios de oficina?

**Gráfico 23: Realización de actos sociales con todo el personal laboral luego de las jornadas laborales**



**Fuente:** Entrevistas al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

10 de las personas entrevistadas sostienen que se realizan actos sociales entre compañeros cada 3 meses, cuando hay festividades de parroquialización, navidad, carnaval, etc. Estas se las realizan con el fin de mantener las buenas relaciones entre todos y mejorar el ambiente laboral.

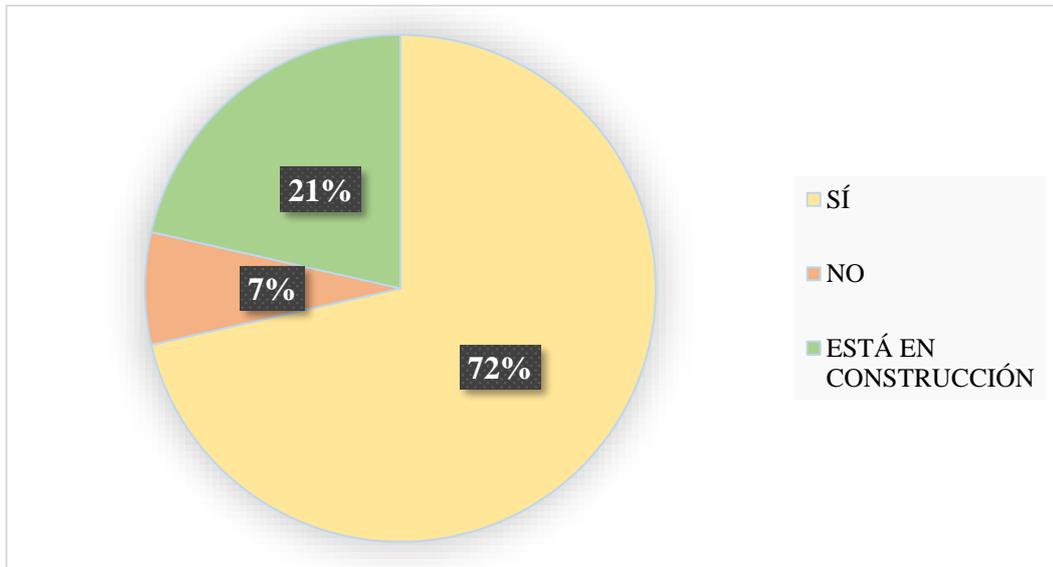
Se trata además de compartir almuerzos, cafés y comidas para convivir más como amigos que como compañeros.

También se trata de realizar deporte como una actividad extra que motive al personal y lo libere del estrés de trabajo.

### 3.4.1.4. Análisis de los Grupos focales

1. ¿Cuenta la comunidad con una casa comunal y qué tipo de actividades se realizan en esta? ¿Con qué frecuencia se hace uso de esta?

**Gráfico 24: Comunidades con casa comunal**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

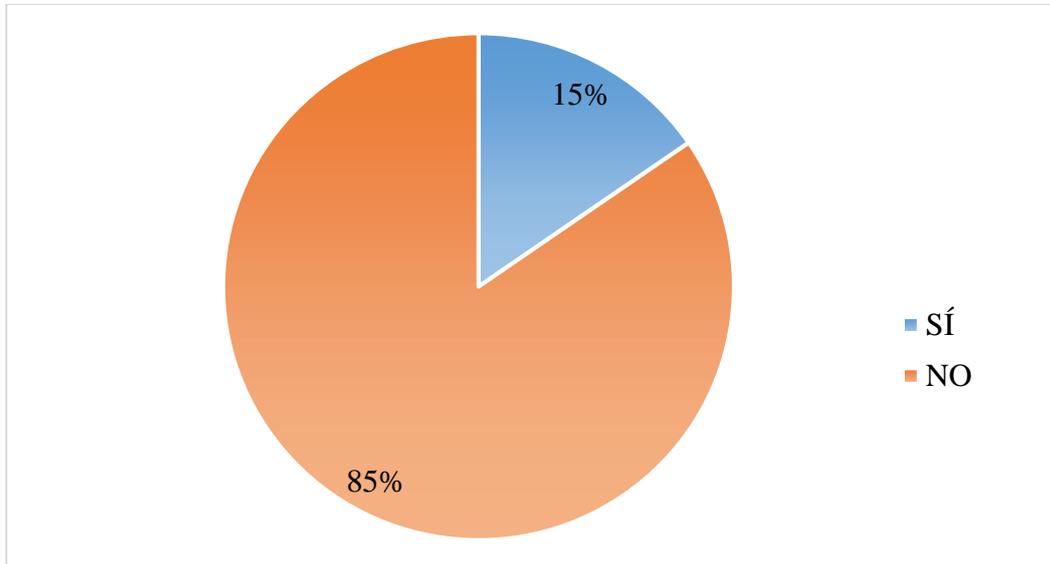
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Un 72% que equivale a 10 comunidades cuentan con una casa comunal, el 21% que equivale a 2 comunidades se encuentran en el proceso de construcción de la casa comunal, mientras que 1 comunidad que representa el 7% no cuenta con una casa comunal.

Las comunidades que cuentan con una casa comunal usan este espacio principalmente para las reuniones que se realizan una vez al mes y también se realizan reuniones extraordinarias en caso de ser necesario, esto con el fin de informar a la ciudadanía acerca de las actividades que se realizarán. De igual manera usan la casa comunal para llevar a cabo celebraciones, bingos, festividades, entre otras actividades de recreación y proyectos sociales de la comunidad.

2. ¿Existen espacios en la comunidad destinados para colocar información, como carteleras? ¿Con qué frecuencia y fin se cambia la información?

Gráfico 25: Existencia de carteleras en las comunidades



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

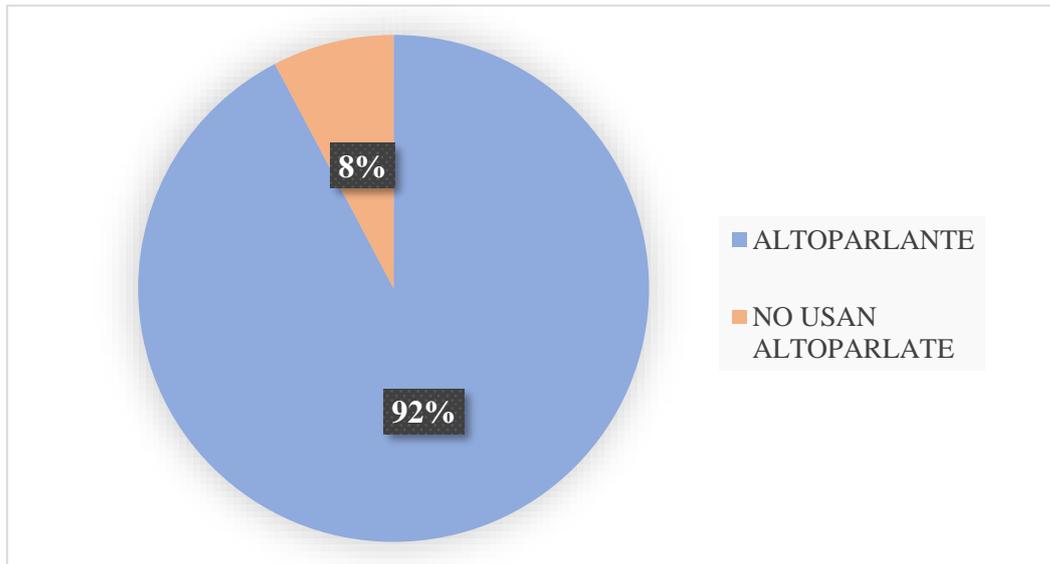
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Un 85% de las comunidades que participaron en los grupos focales no cuentan con carteleras en sus comunidades, esto equivale a 11 comunidades, mientras que el 15% que representa a 2 comunidades sí cuentan con carteleras.

Las comunidades que cuentan con carteleras usan estas con el fin de difundir la información que se les envía desde el GAD Parroquial y sobre cualquier novedad a los habitantes de la comunidad. En estas también el líder de la comunidad coloca las fechas para las reuniones y avisos que llaman la atención de la gente que transita por el sector todos los días, estas carteleras son actualizadas dependiendo la necesidad y la importancia de la información.

### 3. ¿Cómo se maneja la comunicación dentro de la comunidad, por qué medios y con qué fines?

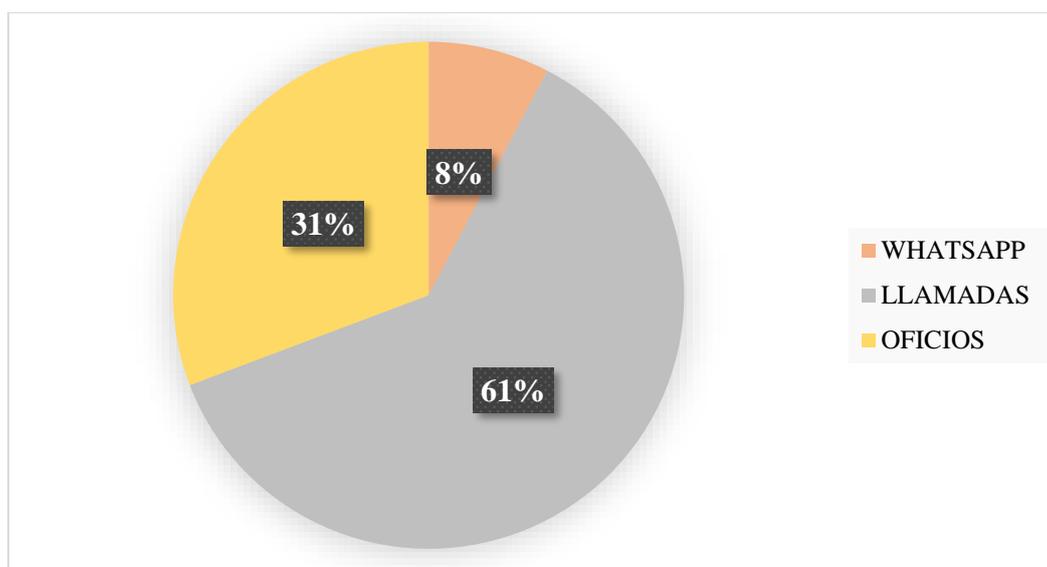
**Gráfico 26: Uso de altoparlante**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

**Gráfico 27: Otros medios de comunicación usados por las comunidades**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui



**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

12 de las 13 comunidades hacen uso de los altoparlantes para informar a la comunidad, esto equivale al 92%, el 61% de las comunidades hace uso de las llamadas telefónicas, el 31% informa por medio de oficios y el 8% por medio de WhatsApp.

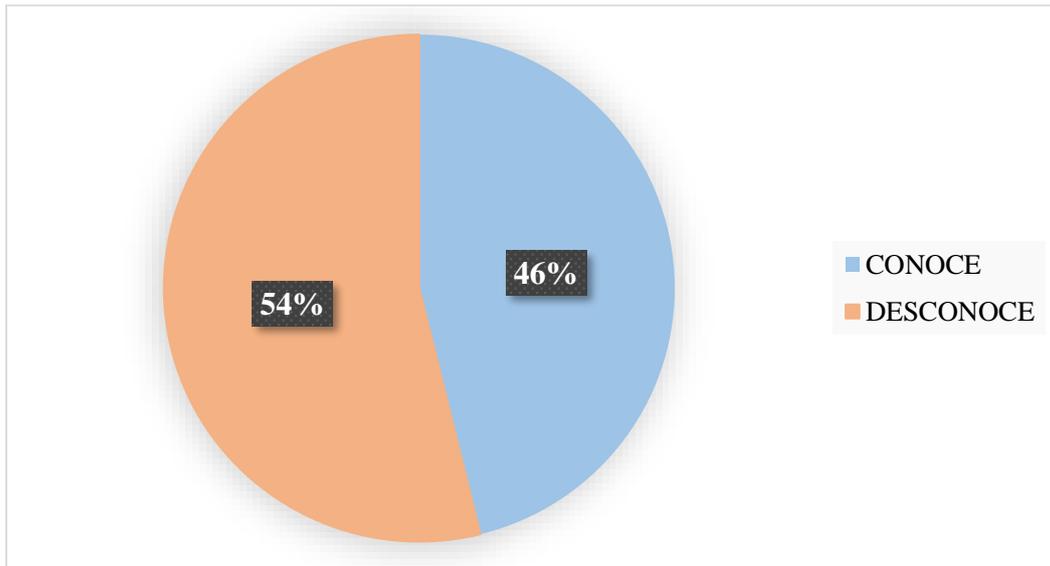
Todos estos medios de comunicación se usan con el único fin de informar qué día se realizarán las reuniones, ya que en estas que se comunica la información completa y detalladamente. El medio más recurrido es el altoparlante, ya que permite que todos se enteren al mismo tiempo y sirve también para recordar constantemente las actividades, a pesar de esto también genera conflictos ya que no todos suelen encontrarse en las casas y no se difunden correctamente los avisos.

Las llamadas telefónicas son también utilizadas, este medio permite informar directamente a las personas, obtener una respuesta inmediata ante cualquier duda, o confirmar el envío de cualquier oficio. Mediante oficios, el presidente de la comunidad convoca a las reuniones antes mencionadas con ayuda de los vocales, quienes se encargan de repartir las convocatorias en cada uno de los hogares.

Los medios digitales no son utilizados frecuentemente por los moradores de las comunidades, esto debido a la falta de internet en varios hogares del sector y actualmente solo una comunidad ha solicitado el registro de los números de celular de los habitantes para informar por WhatsApp ya que cuando se informa por los parlantes no todos se informan.

**4. ¿Sabe usted con claridad cuáles son las funciones, actividades, campos de trabajo, misión, visión, valores y objetivos del GAD Parroquial de Tarqui?**

**Gráfico 28: Conocimiento de las funciones, actividades, campos de trabajo, misión, visión, valores y objetivos del GAD Parroquial**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

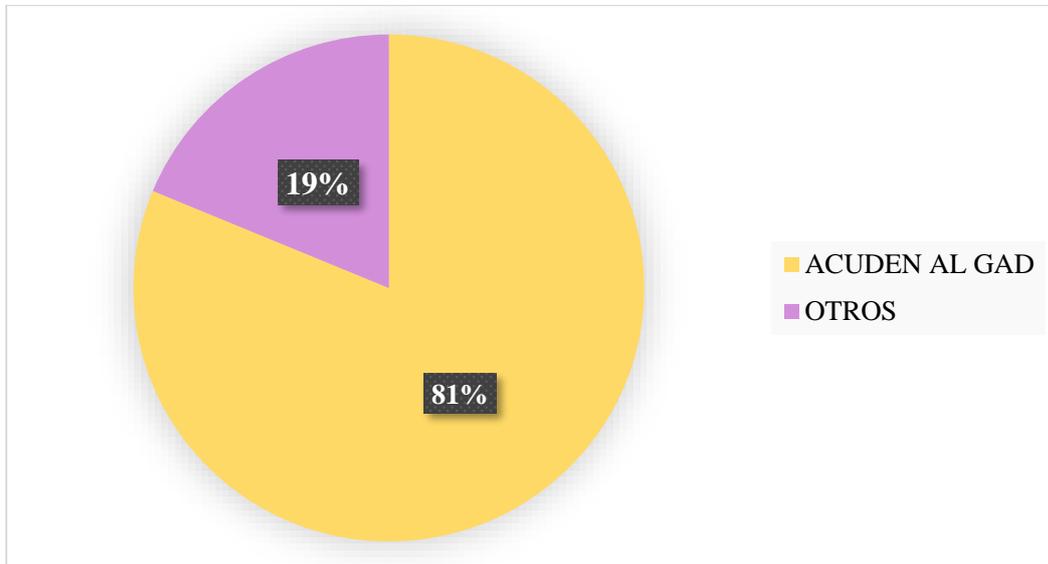
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

El 54% equivale a 7 comunidades manifestaron que no conocen de las funciones, actividades, campos de trabajo, misión, visión, valores y objetivos del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, administración 2014 - 2019. Mientras que el 46% saben de sus funciones y actividades pero aspectos muy importantes como misión, visión, valores y objetivos que guían a la institución no son dominados.

Manifiestan que se les ha entregado un documento con dicha información, sin embargo esta ha sido entregada únicamente a los directivos y los habitantes no cuentan con algún documento de apoyo, por lo que les gustaría que se les socialice dicha información.

## 5. ¿A qué medio acude para obtener información del GAD?

**Gráfico 29: Cómo obtienen la información los habitantes**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

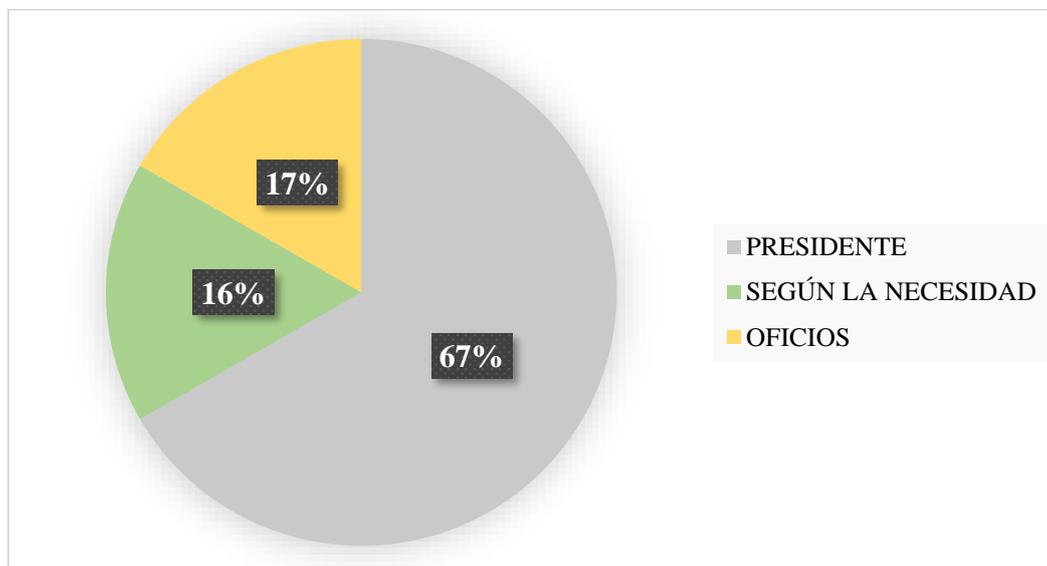
El 81% de las comunidades participantes en los grupos focales expresaron que el presidente de la comunidad o los directivos acuden personalmente al GAD Parroquial para obtener la información ya que si tienen alguna duda pueden preguntar inmediatamente y se pueden enterar de más cosas.

El 19% considera que también les resulta útil comunicarse vía telefónica o mediante las redes sociales con el presidente, el personal de secretaría, los vocales y técnicos, quienes siempre están dispuestos a dar información y asesorar a la gente de la comunidad. Los oficios son otra opción, sin embargo a veces se pierden o llegan con fechas atrasadas.

Dentro de este 19% también manifestaron que obtienen la información en la rendición de cuentas que se realiza una vez al año, y por medio de la página oficial del Facebook del Gobierno Parroquial de Tarqui.

6. ¿A qué medio o persona acude para informar problemas e inquietudes que estén dentro de las competencias del GAD?

Gráfico 30: Medios a los que se acude para informar o solicitar algo



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

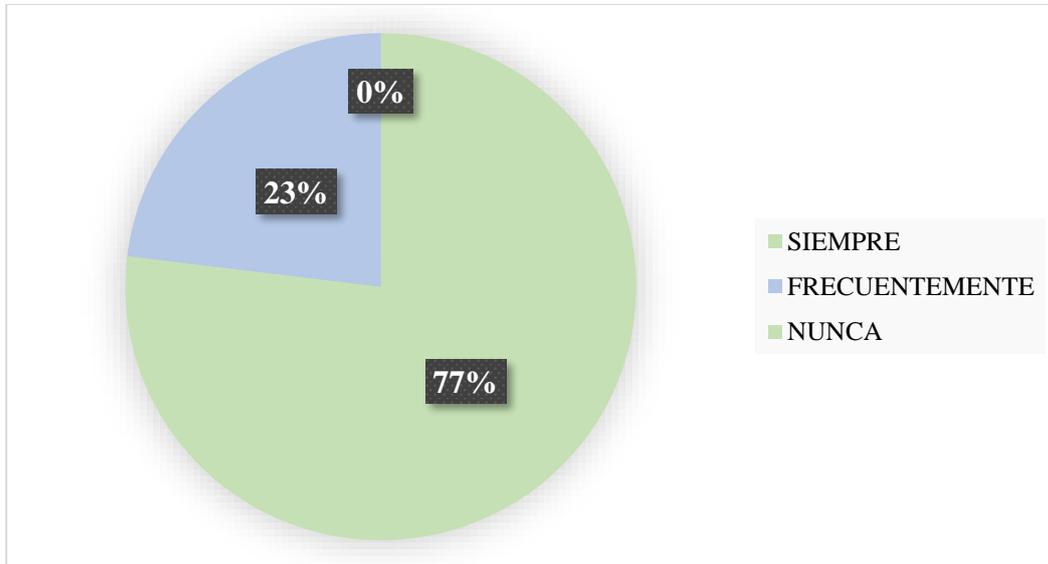
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

El 67% de las comunidades se comunican directamente con el presidente o la presidenta de la comunidad, quien luego se dirige al gobierno parroquial y habla personalmente con el presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado, sin embargo siempre llevan el oficio respectivo para tener una constancia de haber solicitado o informado.

El 17% acude al GAD e informa las necesidades por medio de oficios, estos son entregados en secretaría y posteriormente facilitados al presidente del Gobierno Parroquial, quien luego de leerlos solicita a vocales y técnicos la ayuda respectiva para solucionar problemas. Únicamente un 16% conoce qué vocal o técnico le puede ayudar dependiendo lo que amerite el caso, se acercan a la oficina correspondiente de igual manera con el respectivo oficio.

7. ¿Proporciona el GAD constantemente información para la comunidad, de qué tipo es esta?

Gráfico 31: Proporciona el GAD información para las comunidades



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

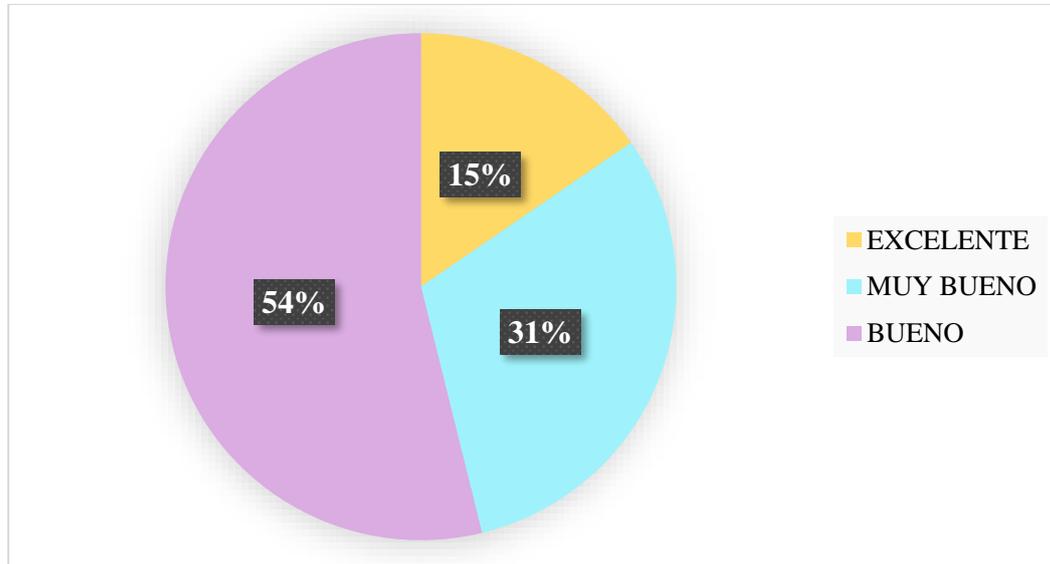
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

El 77% manifestó que el GAD Parroquial siempre está brindando información a las comunidades, esto mediante oficios y reuniones, en donde son explicados varios asuntos de la parroquia, como por ejemplo actividades a realizarse, invitaciones a ferias artesanales, mingas, rendición de cuenta, proyectos, entre otros. Y esto es muy útil porque a veces los habitantes no suelen creer o hacer mucho caso si están solo los directivos de cada comunidad.

El 23% expresó que si se les facilita información frecuentemente sin embargo en ocasiones esta no se conoce, pero esto se da porque depende también de él o la dirigente que esté constantemente buscando información ya que se le comunica únicamente al presidente o presidenta de la comunidad y a veces es un problema porque ella o él se puede olvidar o no llega la información a las manos de esta persona y automáticamente se bloquea y no se socializa adecuadamente.

8. ¿Cómo calificaría usted el manejo de la comunicación por parte del GAD?  
¿Por qué?

Gráfico 32: Calificación del manejo de la comunicación del GAD



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

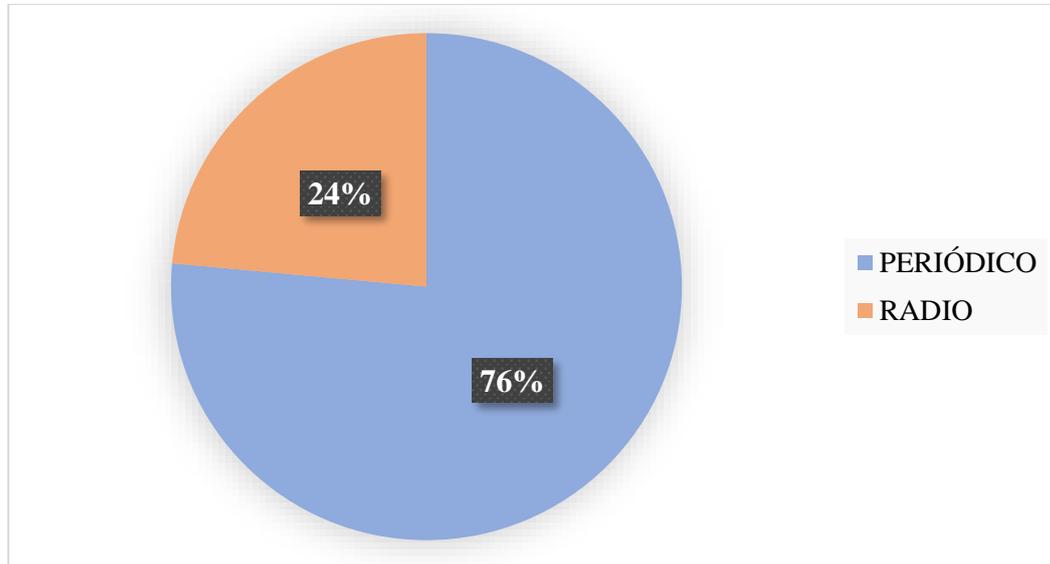
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

El 54% equivale a 7 de las comunidades participantes que califican el manejo de la comunicación por parte del GAD Parroquial como buena. Para el 31% que representa 4 comunidades, la comunicación es muy buena ya que constantemente se están enviando oficios y han estado pendientes de cada comunidad, y opinan que a veces es error de los habitantes que no suelen poner de parte. Para el 15% de las comunidades la comunicación que se ha manejado en este gobierno es excelente porque siempre se les ha dado la acogida, la oportunidad de opinar, y a su vez se les dan consejos y siempre están dispuestos a escuchar a la comunidad o al barrio.

Sin embargo todas las comunidades coinciden al solicitar que se hagan algunos cambios y se ejecuten algunas sugerencias para mejorar la comunicación externa. Uno de los problemas es que a veces se informa con pocos días de anticipación, de tal modo que sostienen que la comunicación externa se puede mejorar, que hay pequeños detalles que hay que saber reconocer.

**9. ¿Considera necesaria la implementación de un medio de comunicación local en la parroquia?**

**Gráfico 33: Necesidad de un medio local de la parroquia**



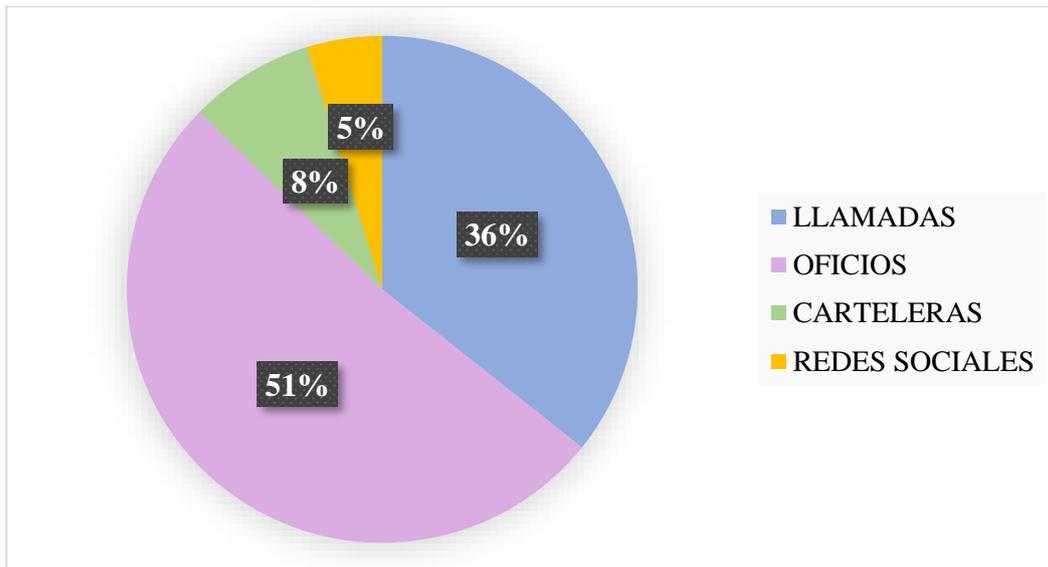
**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Todas las personas que participaron en los grupos focales considera que es muy necesario que el Gobierno Parroquial de Tarqui, implemente un medio de comunicación local que incluya información de todas las comunidades de la parroquia, ya que mediante la socialización de la información emitida los habitantes de la parroquia podrán mantenerse informados y al tanto de lo que están haciendo las otras comunidades para apoyarse e incluso tomarse como ejemplo, y a su vez para hacer una mayor difusión de la información con el objetivo de llegar a cada persona de la comunidad. Para un 76% la implementación de un periódico de la parroquia sería excelente ya que no todos tienen acceso a internet o las facilidades, y este sería un medio factible. Este también sería muy útil para que se vaya transparentado en qué se ha gastado o qué se ha hecho. Les gustaría que sea un periódico mensual o quincenal, y también hay la opción de empezar con la publicación del periódico dos veces al mes hasta que se logre posicionar, y luego podría ser cada 8 días ya que consideran que la noticia guardada no es buena. El 24% considera que una radio de la parroquia también sería bueno, sin embargo no sería muy factible ya que no todos tienen la disposición del tiempo para escuchar la radio.

## 10. ¿Por qué medios se entera usted de los eventos y actividades del GAD?

**Gráfico 34: Medios por los que se enteran de eventos y actividades**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

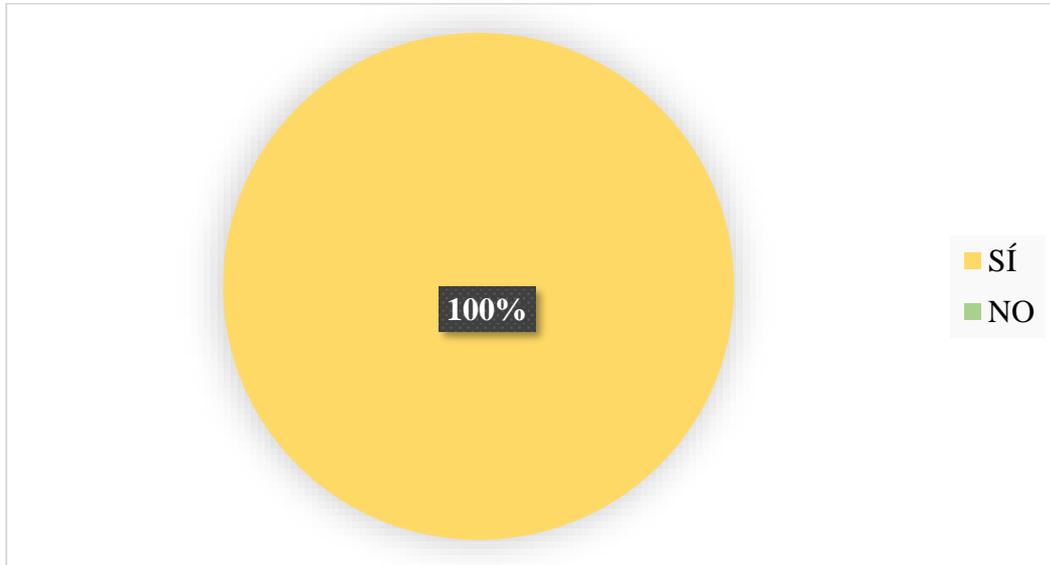
El 51% se entera mediante los oficios que se entregan al presidente o presidenta de la comunidad, el Gobierno Parroquial de Tarqui informa cualquier evento a realizarse y cada líder comunitario se encarga de socializar esta información con los habitantes.

El 36% se entera por las llamadas, ya sea él o la líder de cada comunidad o un habitante. Existen además, algunas redes sociales personales de moradores de la parroquia que emiten información y la misma cuenta oficial del GAD que les permite informarse, por este medio se entera un 5%.

Para un 8% las carteleras y afiches colocados en postes también resultan útiles, debido a que las personas observan el arte impreso y luego se dirigen a sus hogares con la información recibida.

**11. ¿Conoce usted quién es la persona encargada de comunicar las reuniones y actividades a realizarse?**

**Gráfico 35: Conocen quién es la persona que comunica las reuniones y actividades**



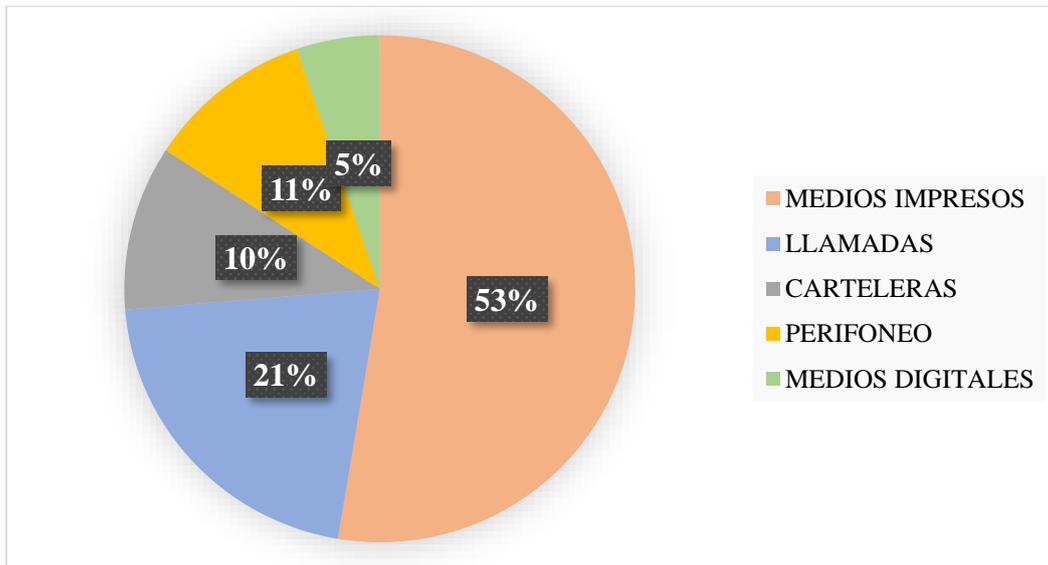
**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

El 100% de los participantes coinciden al decir que la persona que se encarga de comunicar las reuniones y actividades a realizarse por parte del GAD de la parroquia es el secretario - tesorero, quién a su vez firma los oficios e igualmente si hay alguna inquietud es a quien se acercan. En caso de que los oficios sean enviados a la comunidad, la persona encargada de entregarlos es el chofer de la institución.

12. ¿Mediante qué medios de comunicación considera es más oportuno obtener la información, explique? Cómo por ejemplo: medios impresos, medios digitales, carteleras, perifoneo, etc.

Gráfico 36: Medios oportunos para obtener la información



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

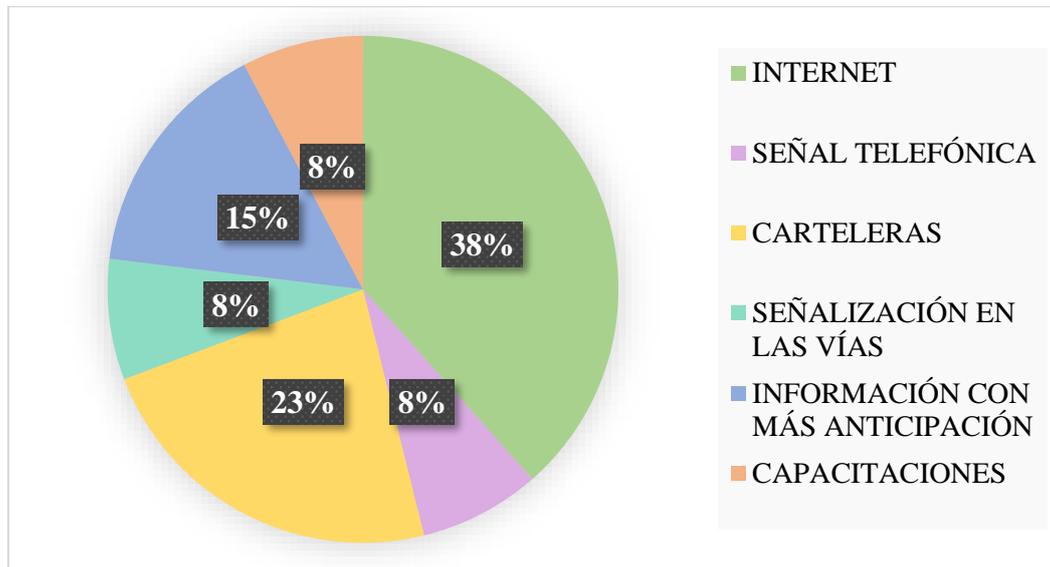
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Un 53% considera que es más oportuno obtener la información por medios impresos porque queda una constancia y una garantía de que se ha informado, y ya que de esta manera se puede socializar la información con todos los moradores de la comunidad. Para un 21% las llamadas son importantes y deberían ser usadas como un respaldo, no tanto para dar la información detalladamente, sino más bien para comunicar sino más bien para comunicar que se ha dejado un oficio o si requiere ir a retirarlo a las oficinas del GAD.

El 11% de los participantes considera que el perifoneo aún es de mucha utilidad, sabiendo que no todos se encuentran siempre en casa, sin embargo las personas que escuchan pueden informar luego a los demás habitantes. Para un 10% las carteleras son un medio oportuno ya que la tecnología no está al alcance de todos, y para un 5% los medios digitales son muy eficientes sin embargo por un limitado alcance no se ha podido explotar este medio comunicacional en su totalidad.

### 13. ¿Cuáles son las necesidades comunicacionales que requiere su comunidad?

**Gráfico 37: Necesidades comunicacionales de las comunidades**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

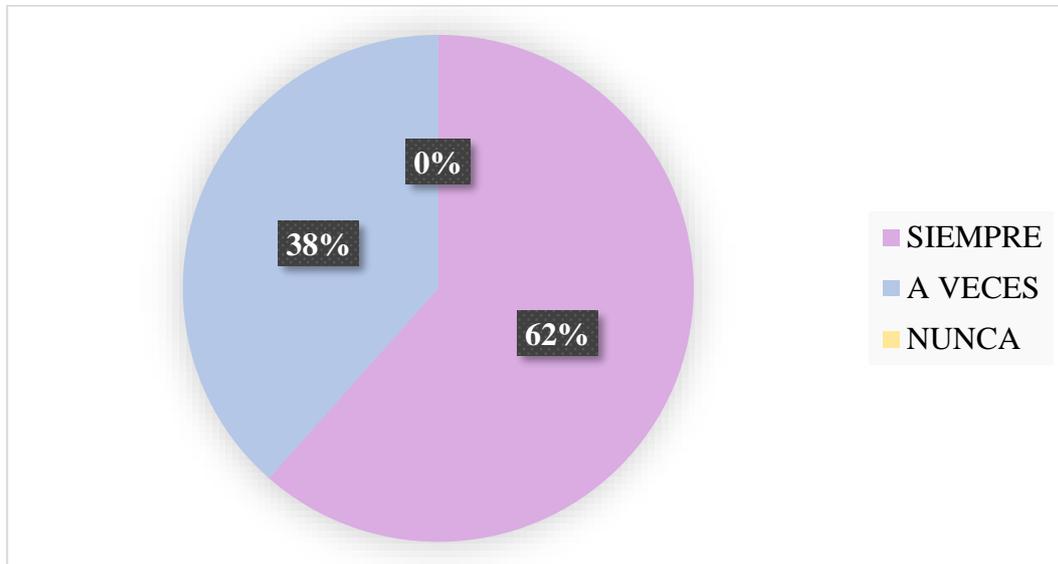
El 38% considera que una gran necesidad que tienen es mejorar la señal de internet, alegan que mediante la creación de grupos de WhatsApp se pudiese comunicar cualquier información de manera rápida y sencilla, y estar al tanto con las publicaciones en la página del GAD. Para un 23% la implementación de carteleras es necesaria. El 15% de participantes cree que una necesidad importante es que la información sea emitida con más anticipación para poder organizarse de mejor manera.

Mientras que para un 8% sería indispensable que hayan capacitaciones mensuales, como por ejemplo acerca de las nuevas tecnologías, de esa manera las personas al conocer los beneficios de la tecnología se interesarán por utilizarlas y hacerlas parte de su vida cotidiana, y también para que haya más socialización, esto de la mano del GAD parroquial ya que necesitan de una autoridad de la parroquia que los guíe.

Un 8% también mencionó que se necesita de señalización en las vías ya que suele ser peligroso y frecuentemente hay accidentes en ciertos sectores.

**14. ¿Existe voluntad de parte de la comunidad y del GAD cuándo se deben realizar actividades, ya sean estas festivas o por el bien comunitario?**

**Gráfico 38: Voluntad de los habitantes para realizar las actividades**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

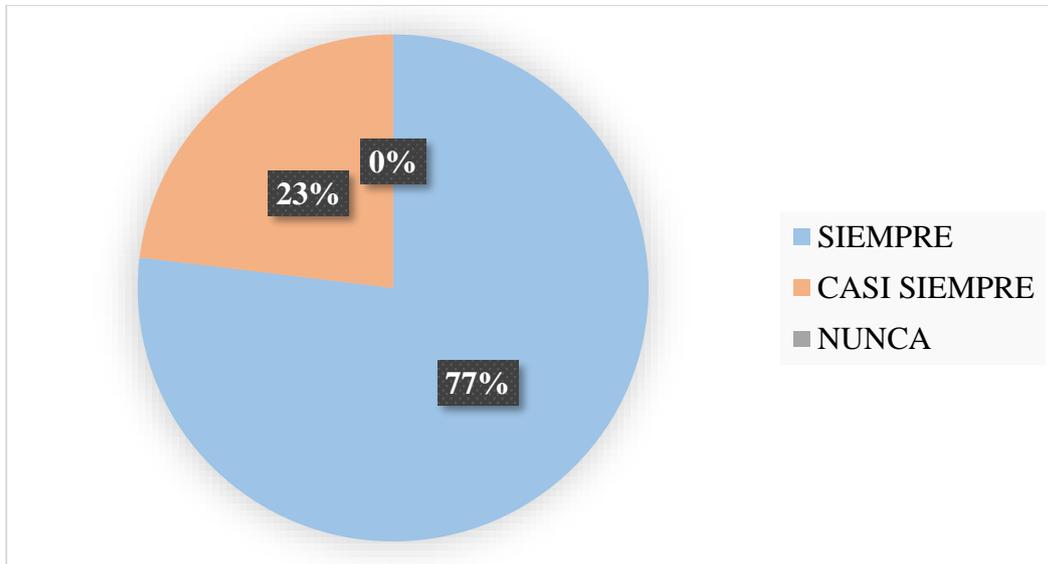
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Un 62% que representa 8 comunidades sostienen que siempre existe voluntad para apoyar en cualquier actividad a realizarse, las mingas son bien recibidas ya que de esa manera se ayuda a mantener una comunidad limpia, ordenada y bien organizada. Mientras que en 5 comunidades que equivalen al 38% no todos participan por voluntad, sino más bien por los reglamentos internos.

Todas las comunidades cuentan con reglamentos internos y entre estos están las multas ya que voluntariamente no todos colaboran, hay mala costumbre y se escudan en que estaban haciendo algo, y la multa es una forma de presión para que todos acudan.

### 15. ¿Son bien recibidas las inquietudes que se solicitan al GAD?

**Gráfico 39: Son recibidas las solicitudes que emiten las comunidades con atención**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

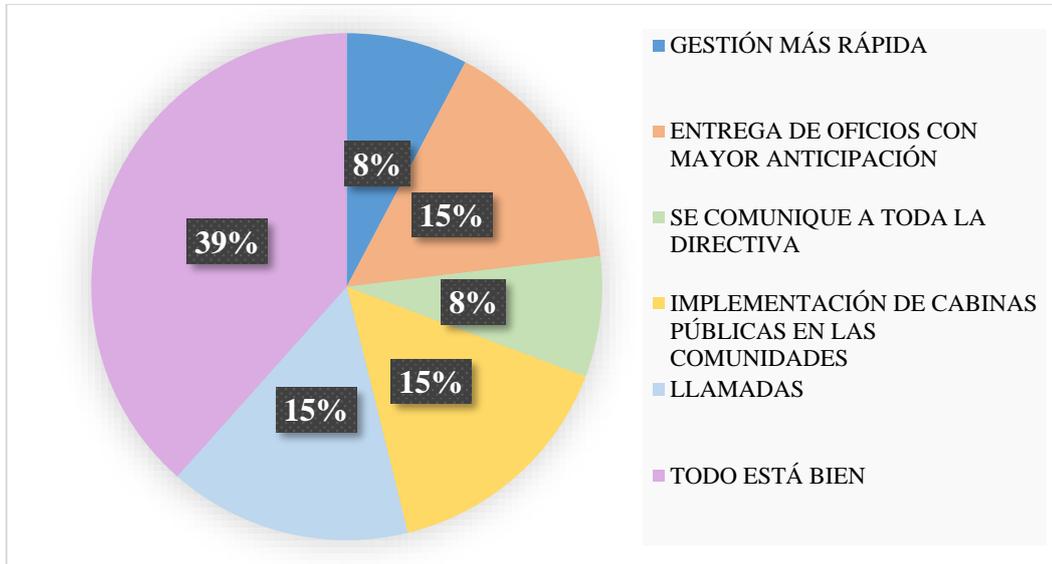
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

El 77% de participantes manifestó que siempre ha habido una buena acogida de lo que solicitan, que el GAD siempre está velando por las personas, las personas de tercera edad y sus necesidades. Expresan que todo lo que se ha trabajado ha sido conjuntamente con la Junta Parroquial y que se han logrado bastantes proyectos gracias al apoyo incondicional.

Sin embargo las solicitudes toman su tiempo para ser procesada, esto a pesar de molestar a unos pocos, para la mayoría está bien porque son conscientes de que son bastantes comunidades y barrios. Para un 23% las inquietudes que se solicitan son casi siempre bien recibidas ya que consideran que algunas veces faltan obras, hay reclamos o existe alguna rivalidad.

**16. ¿Qué recomendaciones o cambios cree usted que son necesarios para mejorar la comunicación externa del GAD Parroquial de Tarqui?**

**Gráfico 40: Recomendaciones de los habitantes de las comunidades**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

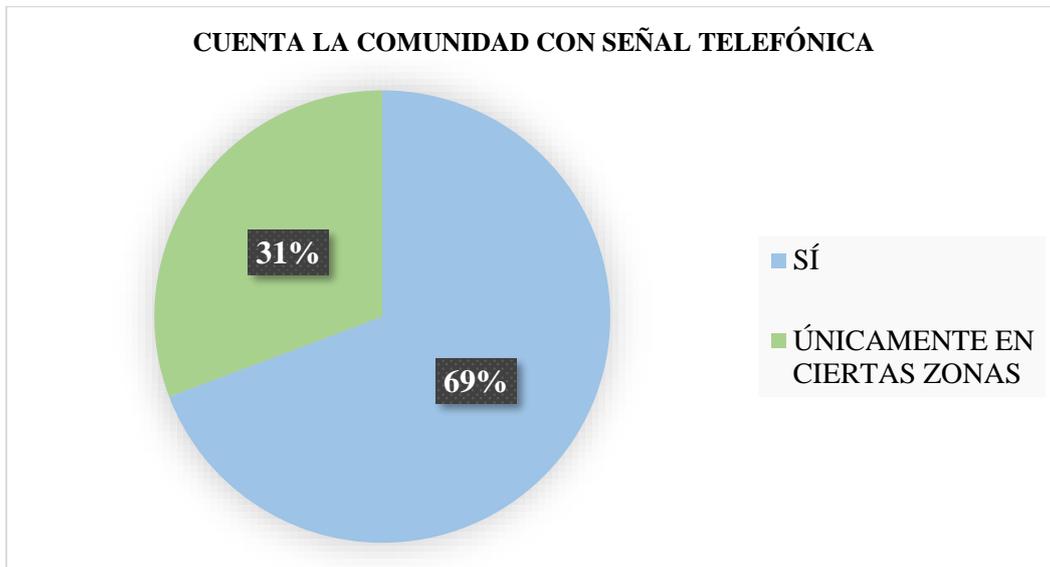
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Para un 39% no es necesario algún cambio urgente ya que consideran que hay una buena vocación de servicios, amabilidad, y que es un gobierno de puertas abiertas, existe apertura y confianza. Un 15% considera que las llamadas telefónicas son necesarias para agilizar cualquier proceso y además para comunicar cualquier cambio. Por el motivo anterior un 15% de participantes ha opinado que la implementación de una cabina pública en la comunidad es importantes para poder comunicarse con mayor rapidez.

Otro 15% ha mencionado que sería bueno si se pudiese entregar los documentos u oficios con mayor anticipación estarían muy agradecidos. Un 8% recomienda que se haga una gestión más rápida, sobre todo para los proyectos y las señalizaciones. Mientras que para el 8% restante es necesario que se comunique a toda la directiva de cada comunidad la información para que esta ayude a difundir la información con la comunidad.

### 17. ¿Cuenta la comunidad con señal telefónica y señal de internet?

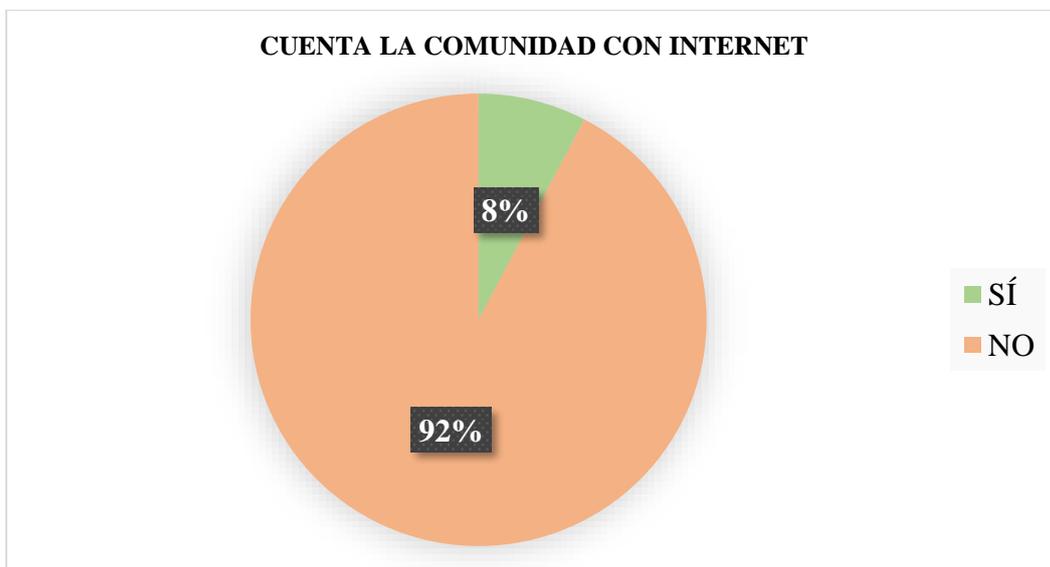
**Gráfico 41: Cobertura de la señal telefónica en la comunidad**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

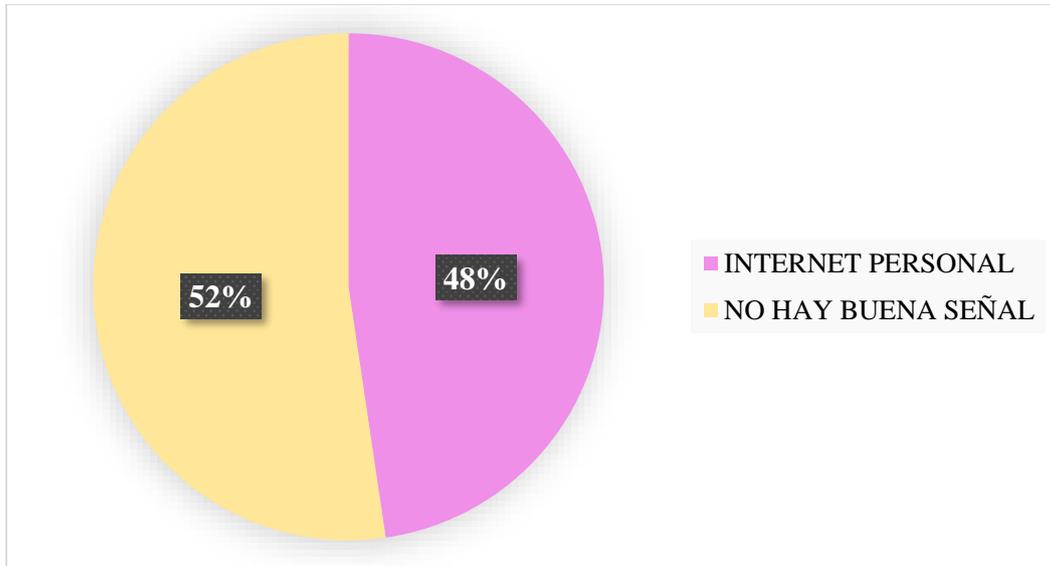
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

**Gráfico 42: Cuentan las comunidades con internet**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

**Gráfico 43: Cobertura de la señal de internet en la comunidad**

**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

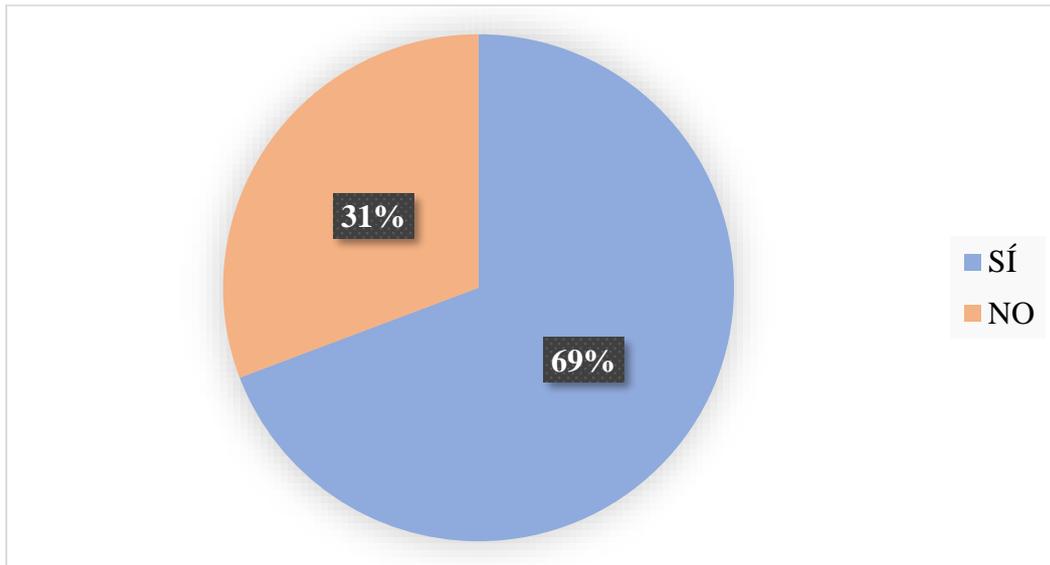
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

De un total de 13 comunidades participantes, 9 que representa el 69% sí cuentan con una buena señal telefónica, mientras que el 31% restante manifestó que no hay una buena señal telefónica, sólo en ciertos espacios o zonas de las comunidades. Únicamente 1 comunidad cuenta con computadoras con internet para el uso de la comunidad, esta comunidad representa el 8%, y el otro 92% de comunidades no cuenta con internet en la comunidad. El 52% de habitantes dicen que a pesar que sí existen empresas dedicadas a brindar internet en la parroquia Tarqui esta señal no es muy buena, por este motivo solo el 48% cuenta con internet personal, ya sea mediante planes o por medio de estos servidores.

Muchas personas en la actualidad tienen celulares inteligentes que les permiten mantenerse comunicados, sin embargo la falta de recursos económicos hace que no se cuente con internet en sus hogares y solicitan que el GAD les ayude a gestionar con las compañías para tener mayor cobertura de teléfono y de internet para las comunidades.

18. ¿Sabe usted de la existencia de la cuenta oficial de Facebook del GAD, sigue a esta cuenta y con qué fin la usa?

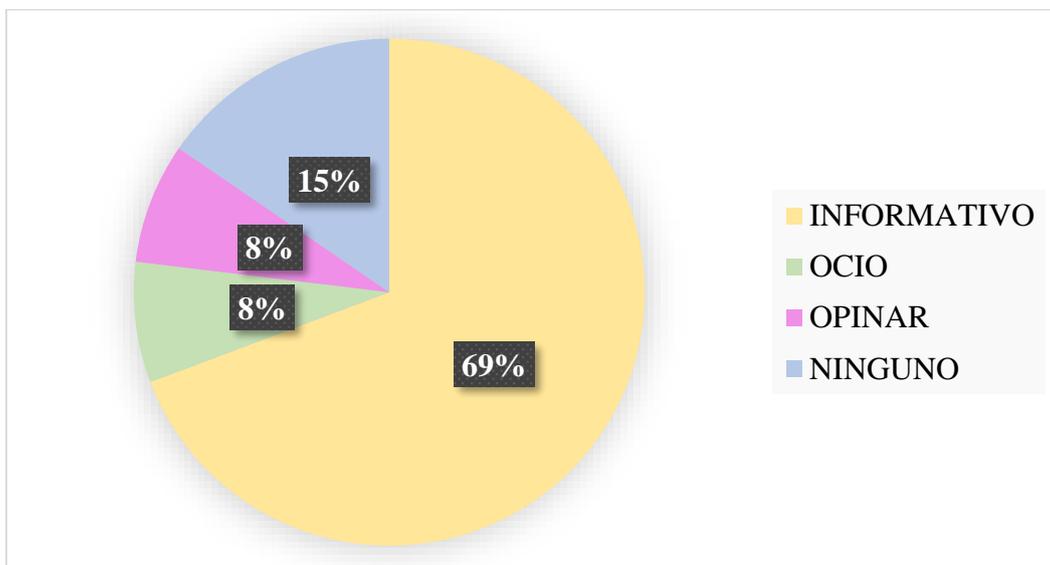
**Gráfico 44: Habitantes que saben de la existencia de la cuenta de facebook del GAD y la siguen**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

**Gráfico 45: Uso y fin con el que siguen la cuenta oficial de facebook del GAD**





**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

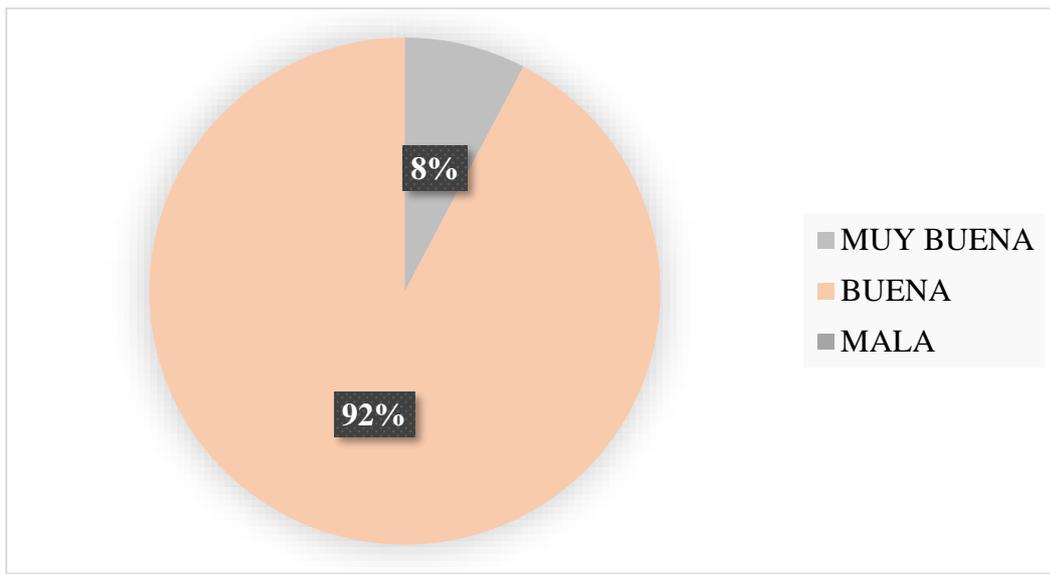
El 69% de los participantes sí conoce de la existencia de la cuenta oficial del GAD en facebook, mientras que un 31% desconocen la existencia de esta red social, lo que limita su eficacia al no llegar a todas las personas de la parroquia que usan facebook, pero esto se debe también a que las personas mayores de edad no tienen conocimiento sobre el uso de estas plataformas digitales, por eso es factible que se siga haciendo uso de documentos y medios tradicionales.

Dentro de estas personas que conocen y siguen la cuenta de facebook del GAD un 69% la usa con un fin netamente informativo, con el fin de enterarse de las actividades que realizan como: obras, festividades o anuncios. Un 15% sigue la cuenta sin embargo no le da ningún uso, un 8% la usa para el ocio, y el otro 8% las usa para dar su opinión, pero manifiestan que siempre con respeto y educación.

Todas las comunidades opinaron que les gustaría que la información sea más detallada y con más fotografías, y que fuese bueno que hayan más entrevistas y puntos de vista de la gente.

**19. ¿Cómo calificaría la comunicación que se tiene entre el GAD y la comunidad, por qué?**

**Gráfico 46: Calificación de la comunicación entre el GAD y las comunidades**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

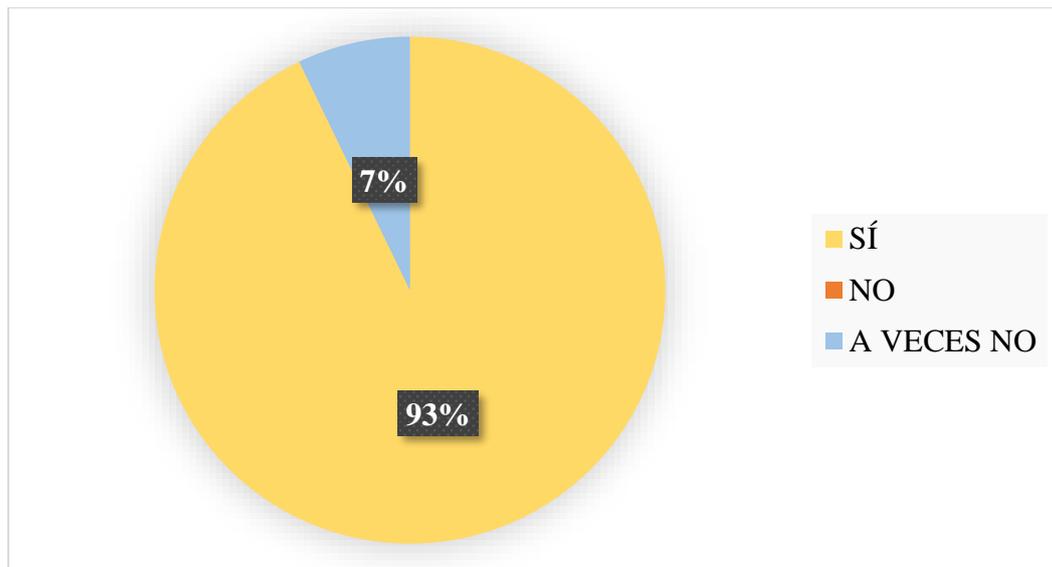
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Para el 92% la comunicación entre el GAD y la comunidad es buena ya que el GAD los mantiene informados e igualmente las comunidades también comparten información con el GAD, y esto depende de un trabajo en equipo.

Sin embargo les falta socialización ya que hay muchas comunidades que aún no cuentan con los medios y facilidades. Y el 8% considera que ha sido muy buena ya que no ha habido inconvenientes y cuentan con reuniones para obtener cualquier información más detallada.

**20. ¿Cuándo se realizan actividades que pueden producir cortes de agua, luz u obstrucciones en la vía son informados con anticipación, con cuánto tiempo?**

**Gráfico 47: Se comunican cortes de agua o luz por actividades u obras dirigidas por el GAD**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

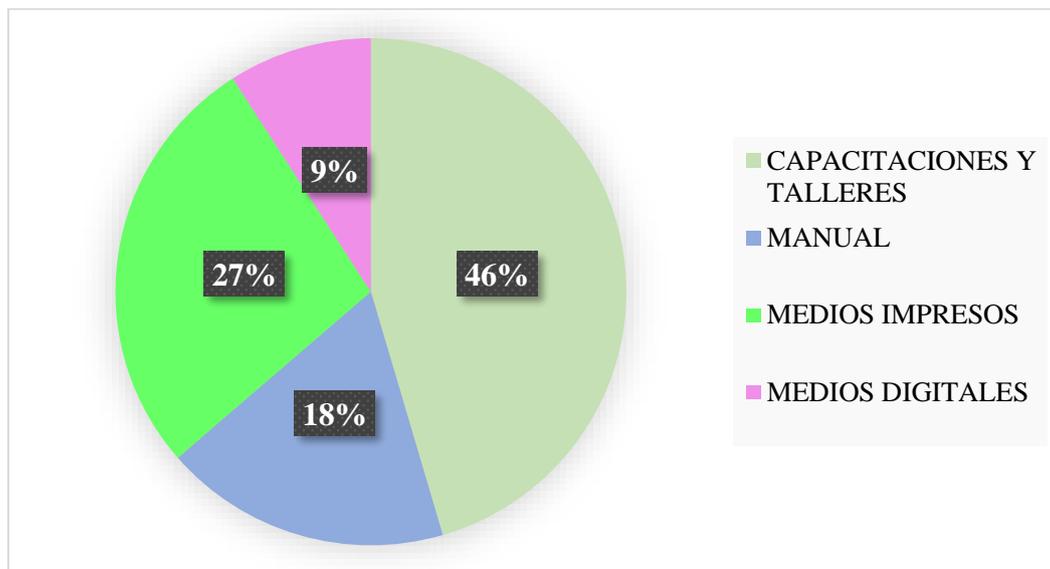
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

El 93% de participantes sostienen que cuando se hacen cortes debido a obstrucciones u obras en las vías por parte del GAD sí son informados, usualmente con 24 horas de anticipación, y el 7% consideran que a veces no, pero esto ocurre cuando son cortes breves y se soluciona rápidamente.

Cuando se realiza una intervención en las vías el técnico encargado de la obra es quien se encarga de comunicar a los líderes comunitarios y estos a su vez son quienes comunican por medio de los altoparlantes a la comunidad.

**21. ¿Qué tipo de información le gustaría que el GAD emitiera y por qué medio de comunicación?**

**Gráfico 48: Información que les gustaría recibir a las comunidades y por qué medios**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

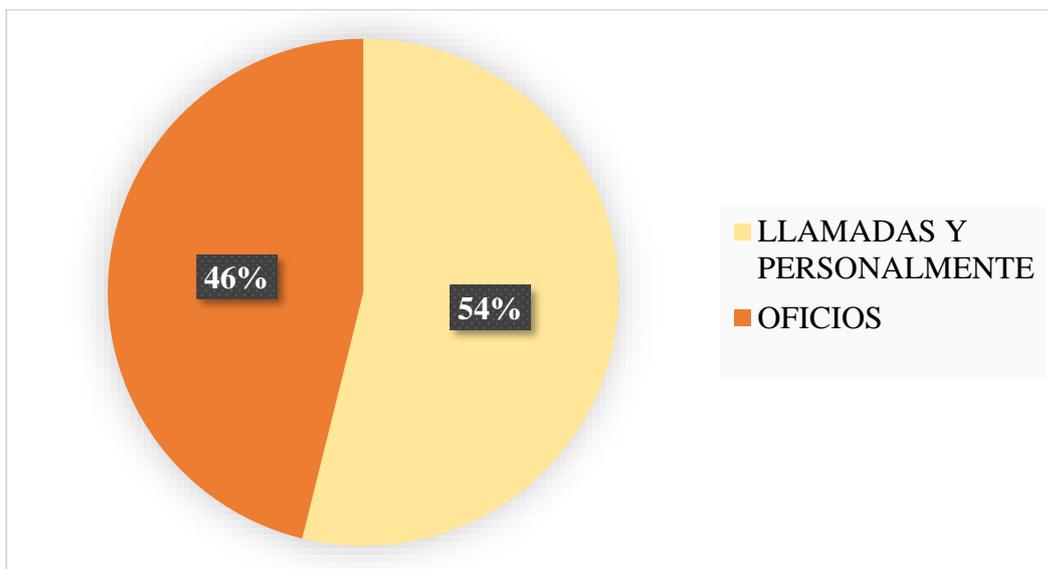
A un 46% le gustaría que exista una mayor difusión de la información por parte de las autoridades del GAD a las personas de las comunidades porque a veces no les creen únicamente a los directivos de las comunidades. Y esto podría ser mediante capacitaciones y talleres impartidos por el GAD para los habitantes, especialmente para que la juventud también se vaya integrando a los procesos.

Un 27% considera que le gustaría más información en los medios impresos, que sea útil e integre a todas las comunidades. Un 18% opina que sería muy bueno contar con un manual que contenga información como valores, misión, visión, objetivos, funciones, lo que hace el GAD y lo que ofrece, como algún manual de los procesos.

El otro 9% considera que los medios digitales son una buena propuesta para difundir la información, ya que de esta manera la respuesta sería inmediata y se podría socializar con más gente la información recibida, ya que hay personas pertenecientes a la parroquia que han tenido que emigrar, sin embargo les gustaría mucho saber lo que está pasando en su parroquia.

## 22. ¿Cuenta la comunidad con algún medio de comunicación que le permita comunicarse directamente con el GAD?

**Gráfico 49: Medios que usan para comunicarse con el GAD**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

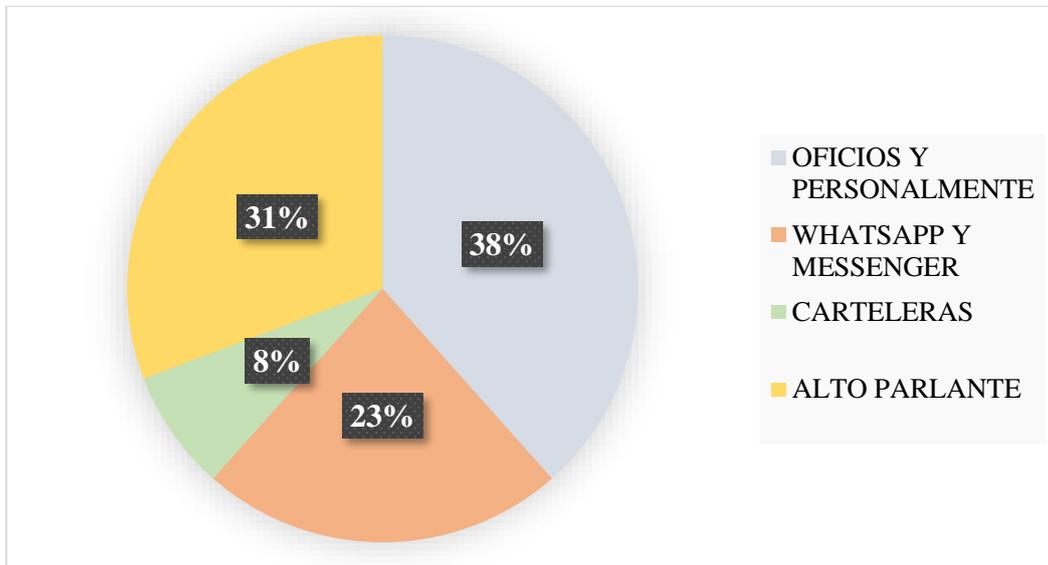
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

Todas las comunidades supieron comunicar que no cuentan con algún medio de comunicación digital que les permita comunicarse directamente con el GAD, y que les parece que sería conveniente contar con un correo electrónico del GAD al cual se pueda enviar las solicitudes u oficios.

El 54% dijo que mediante la entrega de oficios se comunica con el GAD Parroquial, sin embargo un 46% manifestó que las llamadas telefónicas a las oficinas son también importantes para obtener respuesta de los oficios entregados y las personas también prefieren acercarse directamente a las oficinas del GAD Parroquial para conversar con la persona deseada.

**23. ¿Cuenta la comunidad con un medio de comunicación interno para mantenerse informados, quién es la persona encargada de difundir la información?**

**Gráfico 50: Medios de comunicación internos de las comunidades**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

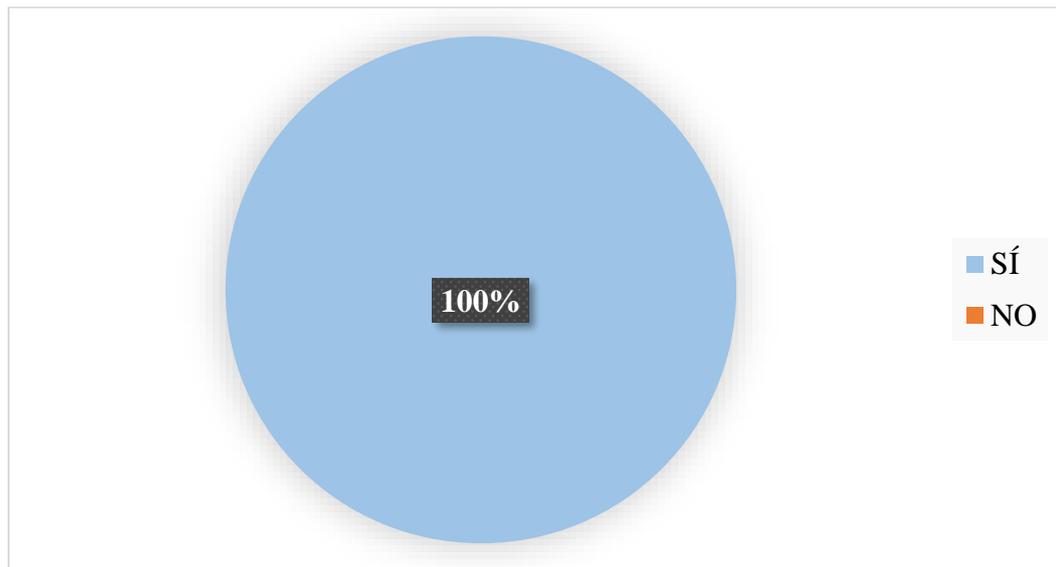
Los principales medios usados internamente por un 38% de las comunidades son los oficios y de manera personal, para el 31% el medio más usado son los altos parlantes, ya que a través de estos escuchan la mayor parte de habitantes.

Un 23% de los participantes considera que el WhatsApp y el messenger es uno de los medios más frecuentes y rápidos, sin embargo no se logra llegar a todos por las dificultades ya mencionadas en anteriores preguntas. Y un 8% hace uso de la cartelera informativa.

Todos estos medios cumplen el propósito de comunicar las reuniones mensuales o extraordinarias que se harán y en estas se informa las actividades realizadas y a realizarse por el bien de la comunidad. Y todos coinciden en que las personas encargadas de difundir la información son los presidentes o presidentas junto con los directivos de cada comunidad.

**24. ¿Cree que es importante la implementación de más medios de comunicación como: medios clásicos (prensa escrita, radio, carteleras, perifoneo, etc.) para la comunidad?**

**Gráfico 51: Opinión de las comunidades sobre si es indispensable la implementación de más medios de comunicación**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

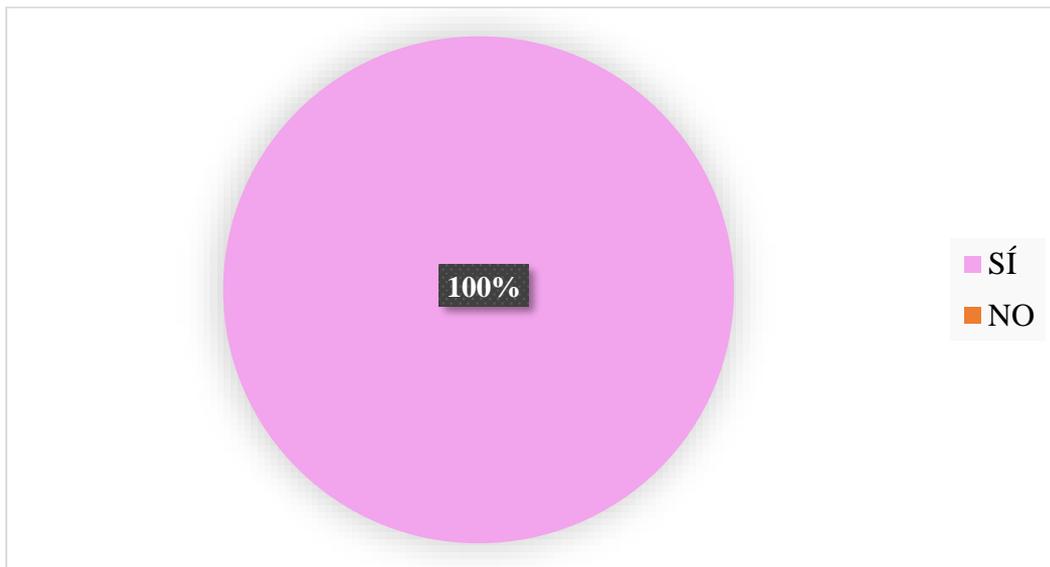
**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

El 100% de las comunidades participantes están de acuerdo en que es importante que se implementen más medios de comunicación locales para la parroquia ya que no todos tienen las mismas posibilidades y es importante que todos sepan y estén informados de lo que ocurre en la parroquia.

Mencionaron que la prensa escrita, la radio, las carteleras, el perifoneo, los medios digitales y la implementación de internet y teléfonos públicos en las casas comunales, son todos importantes para que se cumpla una socialización total en los habitantes, ya que como supieron expresar: “mientras más medios hayan, mejor”.

25. ¿Considera usted que es importante la implementación de una unidad de comunicación en el GAD Parroquial de Tarqui que se encargue del manejo de la comunicación interna y externa?

**Gráfico 52: Consideran los habitantes que es importante la implementación de una unidad de comunicación en el GAD**



**Fuente:** Grupos Focales realizados con comunidades de Tarqui

**Autoras:** Cristina Arévalo y Adriana Quiñonez

La totalidad de las personas representantes de las comunidades que participaron en los grupos focales considera que es muy importante la implementación de una unidad de comunicación en el GAD Parroquial de Tarqui, ya que existen varias comunidades y barrios en la parroquia, por lo cual se necesita de más personal para llegar con éxito a todas y todos.

Crean también que fuese bueno para que las personas dentro de esta unidad de comunicación los ayuden a gestionar y saber a quién acudir de acuerdo a la necesidad, para que se les informe y tener todo al alcance. Dijeron que si hay una persona encargada de comunicación, puede ser un apoyo para que las comunidades estén más informadas, y un beneficio para al GAD ya que a través de esta unidad se difundirá mejor la información y no existirían tantos malos entendidos, sería como una manera de transparentar la información.



### **3.5. VIABILIDAD DE UN ÁREA DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS EN GAD DE LA PARROQUIA TARQUI**

A raíz del diagnóstico realizado se ha identificado que es pertinente y viable la implementación del área de comunicación y relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, debido a que esta área no solo se encargará de la difusión de la información, si no que estaría a cargo de desempeñar todas las funciones y facultades para las que se encuentra preparado un o una profesional de la comunicación y relaciones públicas. A más de que tanto el personal del GAD Parroquial de Tarqui como habitantes consideran necesaria esta área de comunicación, la misma que sería dirigida por personal competente necesario y que abastezca todos los aspectos relacionados con la comunicación.

El GAD Parroquial de Tarqui cuenta con varios proyectos y actividades tales como: proyectos productivos, mejoramiento vial, proyectos sociales, fomento al deporte y rescate de la memoria cívica. De tal manera que los resultados de dichas actividades al no ser socializados ha incrementado los rumores negativos que giran en torno al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui.

Esto se ha constatado en las entrevistas al personal laboral y grupos focales, ya que los participantes alegan que si no hay una constante difusión de la información las personas interpretan que el GAD Parroquial de Tarqui no está cumpliendo con sus funciones como entidad pública, ya que como nuestra experiencia lo ha constatado “lo que no se comunica no existe”.

Así también confirmamos la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas ya que antes de realizar cualquier proyecto es necesario realizar el debido diagnóstico, para afirmar o negar la hipótesis planteada, y esta área estaría encargada de liderar dicha investigación y posteriormente los resultados se verían reflejados en estrategias comunicacionales.



## CAPÍTULO IV

### **PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNO Y EXTERNO PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE TARQUI**

En el presente capítulo se desarrolló el plan de comunicación, con la propuesta de estrategias comunicacionales en el ámbito externo e interno del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui.

#### **PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA**

##### **4.1. Introducción**

El plan de comunicación externa que se presentará a continuación se elaboró en base a una previa investigación con la participación de habitantes de las comunidades de la parroquia de Tarqui, de tal modo que las estrategias y actividades planteadas son el reflejo de las necesidades comunicacionales de esta parroquia.

Este plan de comunicación externa tiene como objetivo apoyar de manera directa al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui para mejorar la comunicación y las actividades de relaciones públicas, de la institución con sus públicos, esperando así llegar a la totalidad de la población de manera efectiva.

##### **4.2. Antecedentes**

La parroquia Tarqui actualmente posee 26 comunidades, en las cuales el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial debe intervenir para apoyar al crecimiento de estas, el GAD de Tarqui a pesar de haber realizado una gran labor comunicacional no cuenta con un área de comunicación y relaciones públicas, y mucho menos con un plan de comunicación que es un pilar fundamental para incrementar la reputación e imagen positiva del mismo.

A través de los grupos focales realizados previamente hemos identificado que cada una de estas comunidades tiene necesidades semejantes, así como necesidades comunicacionales diferentes, por este motivo es importante la elaboración de un plan de comunicación externo que a través de pautas y estrategias refuercen una cultura de



diálogo positivo y se cumplan las metas que se han planteado como GAD Parroquial de Tarqui.

Las necesidades comunicacionales que fueron nombradas con mayor frecuencia son las siguientes:

- Falta de conocimiento sobre las competencias y cultura organizacional del GAD.
- Falta de socialización de la información.
- Escasez y carencia de señal de internet y teléfono celular.
- Entrega de la información con poco tiempo de antelación.
- Pérdida de la información.
- Insuficiencia de medios de comunicación que abastezcan a la parroquia.
- Ausencia de un área de comunicación y relaciones públicas, y de un profesional en esta rama.

### **4.3. Objetivos del Plan de Comunicación Externa**

#### **4.2.1. Objetivo General**

Diseñar un plan de comunicación externo que promueva una comunicación eficiente y oportuna para los habitantes de la parroquia.

#### **4.2.2. Objetivos Específicos**

1. Fortalecer la credibilidad de los públicos a través de la divulgación de la información con transparencia.
2. Implementar estrategias que permitan que la comunicación llegue a todos los habitantes de manera eficaz.
3. Potenciar las herramientas y medios de comunicación existentes de tal modo que se aprovechen al máximo estas nuevas plataformas.

#### **4.1. Público meta**

Es indispensable reconocer a qué público pretende dirigirse el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui para elaborar los contenidos y mensajes de manera acertada, en el ámbito comunicacional externo nuestros públicos meta son las personas pertenecientes a la parroquia (refiriéndonos a todas aquellas que han nacido o tienen



bienes materiales en la parroquia, de tal manera que se ven afectados directamente), y residentes primordialmente, sin embargo cabe destacar que turistas, medios de comunicación locales y entidades públicas que cumplen funciones semejantes también son parte de nuestro público meta que se encuentran en estado pasivo. Hombres y mujeres: adultos mayores, adultos, adolescentes y niños.

#### **4.4. Políticas**

La comunicación externa será horizontal permitiendo que todos los habitantes de la parroquia participen y se distribuya la información de manera equitativa, y esta a la vez será multidireccional; de modo que exista un emisor y un receptor físicos pero también habrá una retroalimentación por medio de las plataformas virtuales y redes sociales.

#### **4.5. Estrategias**

Crear actividades de carácter educativo, informativo y recreativo que permitan el involucramiento de todos los habitantes fomentando el desarrollo e impulsando el crecimiento de la parroquia, esto con ayuda de estrategias BTL y ATL para un mayor alcance.

- ✚ Elaborar un periódico local.
- ✚ Diseñar un manual de procedimientos que contenga información sobre la cultura organizacional del GAD Parroquial de Tarqui.
- ✚ Desarrollar talleres de capacitación en temáticas de interés (educativos).
- ✚ Crear espacios destinados para informar como: conversatorios y rendiciones de cuentas anuales.
- ✚ Implementar las carteleras informativas.
- ✚ Gestionar con las compañías para mejorar el servicio de señal y cobertura de la telefonía celular e internet.
- ✚ Elaborar mensajes destinados para el perifoneo en las comunidades.
- ✚ Gestionar la implementación de teléfonos públicos.
- ✚ Impulsar la interacción en las redes sociales y medios digitales.



4.6. Acciones de Comunicación

**OBJETIVO 1**

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA
<p>1. Fortalecer la credibilidad de los públicos a través de la divulgación de la información con transparencia.</p>	<p>1.1. Creación de un periódico local para la parroquia Tarqui.</p>	<p>1.1.1. Elaboración y diseño de los mensajes comunicacionales.</p>	<p>A raíz del diagnóstico realizado con las comunidades se ha evidenciado la importancia de crear un periódico local para la parroquia, de tal modo que se elaborarán los diseños, fotografías e investigación previa sobre los intereses de los tarqueños para la creación del mismo.</p>
		<p>1.1.2. Activación y difusión del periódico local con las comunidades.</p>	<p>Previamente a la emisión de la primera edición se realizará la debida activación del periódico local para que los habitantes conozcan de este, y al ser publicado se obtenga una gran acogida.</p>
	<p>1.2. Elaborar un manual de los procesos e información del GAD Parroquial y cultura organizacional.</p>	<p>1.2.1. Recopilar la información.</p>	<p>Se consultará a las personas encargadas de cada función sobre los diferentes procesos que se incluirán en el manual y datos importantes como la cultura organizacional del GAD Parroquial de Tarqui.</p>



		1.2.2. Elaboración del manual como tal.	Se seleccionará la información obtenida previamente y se realizará el diseño para la elaboración del manual.
	1.3. Crear espacios destinados para conversatorios con las comunidades y organizar la rendición de cuentas anual.	1.3.1. Gestionar los espacios físicos destinados para llevar a cabo las actividades planteadas.	Se solicitará la casa comunal o espacios públicos de la comunidad en la que se vaya a transmitir la información.
		1.3.2. Elaborar el contenido de la información y difundir dichas actividades con la debida anticipación, para lograr una audiencia alta.	Se preparará detalladamente la información que se dará a conocer a los habitantes de acuerdo a las necesidades de cada comunidad.

**OBJETIVO 2**

<b>OBJETIVO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>TÁCTICA</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>
2. Implementar estrategias que permitan que la comunicación llegue a todos los habitantes de manera eficaz.	2.1. Implementación de carteleros en las casas comunales y en puntos estratégicos de las comunidades, y renovación del uso del perifoneo.	2.1.1. Identificar las casas comunales que cuentan con carteleros y renovar estas, de la misma manera implementar las carteleros en las comunidades faltantes.	Se realizará un mapeo de las carteleros existentes en cada comunidad, revisar su estado físico, rediseñar su estructura y contenido. Y en base a este diseño implementar las carteleros en las comunidades faltantes.
		2.1.2. Actualización constante de la información en las carteleros comunales.	Una vez colocadas las carteleros se realizará constantemente la actualización de las mismas, para que los habitantes se mantengan informados de lo que está pasando o pasará.
		2.1.3. Registrar las comunidades que cuentan con el perifoneo, e implementar en las comunidades faltantes.	Se identificará las comunidades que cuentan con el sistema de perifoneo, y se renovarán los mensajes comunicacionales para luego proceder a su implementación en las comunidades faltantes. De igual manera este canal de comunicación será utilizado para informar sobre



			la disposición de nueva información en las carteleras, reuniones, entre otras actividades.
	2.2. Establecer espacios educativos e informativos.	2.2.1. Elaborar capacitaciones para los habitantes de la parroquia.	Se establecerán los temas de mayor interés de los habitantes para realizar talleres de capacitación e información.
		2.2.2. Impulsar a la creación de más espacios en los que se efectúen actividades de desarrollo social.	Se gestionará con los respectivos organismos estatales para la apertura de más espacios de carácter social, que impulsen las actividades educativas.
2.3. Gestionar con las respectivas empresas privadas y ETAPA para la mejora y abastecimiento de la señal de telefonía móvil, internet, y la implementación de	2.3.1. Realizar la tramitación necesaria con ETAPA para la implementación de los teléfonos públicos e internet en las comunidades.	Se realizará la gestión directamente con ETAPA, ya que esta empresa ofrece servicios de telefonía pública e internet, de tal manera que se le solicitaran las cabinas públicas con la señal telefónica, y que se provea una mejor señal de internet para las comunidades con los equipamientos necesarios.	



	Teléfonos públicos para las comunidades.	2.3.2. Solicitar a las empresas encargadas de abastecer la señal de telefonía móvil, para la mejora de esta.	Al realizar el diagnóstico se ha identificado que varias comunidades no cuentan con una señal de telefonía móvil buena, e incluso algunas comunidades no cuentan con señal. Por este motivo se procederá a contactarse con las empresas que abastecen este servicio para que se instalen antenas, pretendiendo que las comunidades cuenten con una cobertura total de señal en telefonía móvil.



**OBJETIVO 3**

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA
<p>3. Potenciar los medios de comunicación existentes de tal modo que se aprovechen al máximo estas nuevas plataformas.</p>	<p>3.1. Renovación del diseño y estructura de la página web del GAD Parroquial de Tarqui.</p>	<p>3.1.1. Recopilar la información destinada a la página web y rediseñar la estructura de la misma.</p>	<p>Se enlistará la información pertinente que se colocará en la página web como: cultura organizacional, proyectos productivos, vialidad, rescate de la memoria cívica y miembros del GAD Parroquial de Tarqui. Y se realizará el diseño con una estructura accesible y entendible para los usuarios.</p>
		<p>3.1.2. Socialización de la renovación de la página web con los públicos externos.</p>	<p>Informar a los habitantes sobre la renovación de la página web, facilitándoles el nombre y URL para que tengan conocimiento de su activación y puedan acceder a ella en busca de información.</p>
	<p>3.2. Socializar la existencia de la cuenta oficial de facebook del</p>	<p>3.2.1. Dar a conocer la cuenta oficial de facebook con los habitantes.</p>	<p>Se dará a conocer la existencia de esta plataforma digital a los habitantes a través de las carteleras, documentos impresos, perifoneo y flyers.</p>



	GAD Parroquial de Tarqui.	3.2.2. Dar a conocer la cuenta oficial de facebook del GAD Parroquial de Tarqui con los demás públicos externos.	Se difundirá la cuenta en facebook del GAD Parroquial mediante boletines, promocionado publicaciones en las redes sociales, y flyers que contengan mensajes como: ¿Quieres conocer más? Búscanos en facebook como Junta Parroquial de Tarqui-Azuay.
	3.3. Identificar los horarios con mayor interacción en las redes sociales.	3.3.1. Conocer las horas en las que se da mayor interacción.	Se monitorearán las publicaciones anteriores en las redes sociales para conocer las horas en las que se da mayor interacción.
		3.3.2 Establecer un horario de publicaciones en las redes sociales.	Se definirá a raíz de la investigación realizada un horario que determine las horas con mayor recurrencia.



**4.7. Cronograma de actividades**

Táctica	Actividad	Tiempo de ejecución											
		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
1.1.1.	Elaboración y diseño de los mensajes comunicacionales para el periódico local.												
1.1.2.	Activación y difusión del periódico local con las comunidades.												
1.2.1.	Recopila la información para el manual de procesos y cultura organizacional.												
1.2.2.	Elaboración del manual como tal.												
1.3.1.	Gestionar los espacios físicos destinados para llevar a cabo las actividades planteadas.												
1.3.2.	Elaborar el contenido de la información y difundir dichas actividades con la anticipación, para lograr una audiencia alta.												
2.1.1.	Identificar las casas comunales que cuentan con carteleras y renovar estas, de la misma manera implementar las carteleras en las comunidades faltantes.												
2.1.2.	Actualización constante de la información en las carteleras comunales.												



2.1.3.	Registrar las comunidades que cuentan con el perifoneo, e implementar en las comunidades faltantes.												
2.2.1.	Elaborar capacitaciones para los habitantes de la parroquia.												
2.2.2.	Impulsar a la creación de más espacios en los que se efectúen actividades de desarrollo social.												
2.3.1.	Realizar la tramitación necesaria con ETAPA para la implementación de los teléfonos públicos e internet en las comunidades.												
2.3.2.	Solicitar a las empresas encargadas de abastecer la señal de telefonía móvil, para la mejora de esta.												
3.1.1.	Recopilar la información destinada a la página web y rediseñar la estructura de la misma.												
3.1.2.	Socialización de la renovación de la página web con los públicos externos.												
3.2.1.	Dar a conocer la cuenta oficial de facebook con los habitantes.												
3.2.2.	Dar a conocer la cuenta oficial de facebook del GAD Parroquial de Tarqui con los demás públicos externos.												
3.3.1.	Conocer las horas en las que se da mayor interacción.												
3.3.2.	Establecer un horario de publicaciones en las redes sociales.												



#### 4.8. Presupuesto

El siguiente presupuesto se ha elaborado en base al plan de comunicación externa que tiene como vigencia un año, para el cual se deja a consideración del GAD Parroquial de Tarqui la implementación del plan propuesto con la asignación del presupuesto establecido. Dicha actividad estaría bajo la dirección del Área de comunicación y Relaciones Públicas.

DESCRIPCIÓN	COSTO
Elaboración y difusión del periódico local de la Parroquia Tarqui.	\$1.500
Creación del Manual de procedimientos y cultura organizacional.	\$1.000
Creación e implementación de las 5 carteleras informativas comunales.	\$600
Rediseño e implementación del sistema de perifoneo en las comunidades de la parroquia Tarqui.	\$500
Gestión con las empresas de internet, telefonía móvil y ETAPA para la implementación de los servicios en las comunidades.	\$300
Capacitaciones y Talleres	\$500
Conversatorios y rendición de cuentas anuales	\$400
Impulsar la interacción de redes sociales y medios digitales.	\$200
<b>TOTAL</b>	<b>\$5.000</b>



## PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

### 4.9. Introducción

Dentro de la propuesta de tesis, “Identificación de la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas en el GAD de la parroquia Tarqui”, hemos contemplado como principal objetivo determinar la realidad comunicacional de la institución, tratando de evidenciar la necesidad de implementar un área de comunicación y relaciones públicas no solo en un Gobierno Autónomo Descentralizado, sino en cualquier otra organización, ya que la comunicación es una actividad muy importante en cualquier empresa, sea esta pública o privada, permitiendo mantener contacto y buenas relaciones con el público meta, siendo primordial mantener una buena organización interna.

Una persona profesional en la comunicación y en las relaciones públicas es muy necesaria en una institución, cuyas actividades van desde la elaboración, desarrollo y gestión de proyectos de comunicación, multimedia y audiovisual, hasta conversaciones con la gente para conocer sus necesidades comunicacionales.

### 4.10. Antecedentes

El Gobierno Parroquial de Tarqui, conformado por miembros de la Junta Parroquial, técnicos, choferes y personal operador de la maquinaria, está ubicado en el centro parroquial de Tarqui a 20 minutos del centro de la ciudad de Cuenca.

18 personas laboran en dicha institución y luego de realizar el diagnóstico de comunicación interna al personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui ejecutado en diciembre del 2018, hemos detectado las siguientes necesidades comunicacionales:

- Desconocimiento de la Filosofía institucional.
- Ausencia de una fuente de información en donde se pueda obtener datos de la institución para la ejecución de proyectos.
- Falta de innovación en el manejo de los canales de comunicación.
- Ausencia de un área de comunicación y relaciones públicas y un profesional en este ámbito encargado de gestionar la imagen y comunicación institucional.



De esta manera el siguiente plan de comunicación interno tiene como objetivo mejorar considerablemente la comunicación institucional para evidenciar la imagen de una organización sólida y unida, que trabaja por el bien de todos los habitantes de la parroquia.

#### **4.11. Objetivos del Plan de Comunicación Externa**

##### **4.11.1. Objetivo General**

Diseñar un plan de comunicación interna que apoye y desarrolle una comunicación efectiva dentro de la institución.

##### **4.11.2. Objetivos Específicos**

1. Implementar estrategias de comunicación interna que apoyen una comunicación efectiva, introduciendo nuevos canales de comunicación.
2. Crear espacios físicos dentro de la institución que estimule una adecuada fluidez de los mensajes.
3. Desarrollar actividades que fortalezcan las relaciones entre el personal laboral, para promover la imagen de una institución sólida y unida.

#### **4.12. Público meta**

El plan de comunicación interno, tiene como público meta el personal de trabajo del GAD Parroquial de Tarqui, quienes son: presidente, vicepresidente, vocales, técnicos, choferes y operadores maquinaria del GAD Parroquial, que son un total de 18 personas. Todas estas personas laboran dentro y fuera de la institución por lo que se hace necesario buscar canales efectivos de comunicación para la total eficacia.

#### **4.13. Políticas**

La comunicación interna pretende ser horizontal y bidireccional, en donde exista retroalimentación de los mensajes emitidos y el tiempo de respuesta sea inmediato. De esta manera se asegura una total difusión de los mensajes a todos los miembros de la GAD Parroquial de Tarqui.



#### 4.14. Estrategias

Las siguientes estrategias van encaminadas a mantener una comunicación interna eficaz que permita una correcta socialización de la información entre todos los miembros del Gobierno Parroquial de Tarqui.

Demostrando de esta manera ser una institución sólida donde todos sus trabajadores muestran interés y servicio a la parroquia.

De esta manera se presentan las siguientes estrategias, más detalladas en las acciones de comunicación:

- ✚ Elaborar un manual de la filosofía institucional.
- ✚ Creación de la intranet del GAD de Tarqui.
- ✚ Innovación de los canales de comunicación ya utilizados.
- ✚ Implementación de la cartelera informativa dentro de la institución.
- ✚ Actualización de la información necesaria en plataformas virtuales.
- ✚ Implementación de una cafetería dentro de la institución.
- ✚ Creación de redes sociales internas.
- ✚ Implementación de un espacio para la expresión libre de sugerencias.
- ✚ Elaboración de un plan de talleres que fomenten los valores de la institución.



4.15. Acciones de comunicación

OBJETIVO 1

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA
1. Implementar estrategias de comunicación interna que apoyen una comunicación efectiva, introduciendo nuevos canales de comunicación.	1.1. Creación de intranet de la empresa.	1.1.1. Colocar información detallada y relevante en cada ocasión para mantener al equipo comunicado.	Es necesario mantener al equipo informado, por ello mediante la creación de una intranet, se pretende colocar toda la información relevante de la institución para acceder a ella desde cualquier lugar, sin la necesidad de estar presentes en la institución.
		1.1.2. Promover la retroalimentación (respuesta) de los mensajes emitidos.	Al colocar información en la intranet, se pretende conocer la respuesta de los receptores, por lo que cada anuncio debe tener el acceso a un chat en donde miembro de la institución afirmará su recepción de la información, y de esta manera una correcta socialización de eventos importantes.
	1.2. Fortalecer los canales de comunicación interna.	1.2.1. Cambio de los medios de comunicación ya utilizados.	Luego del debido diagnóstico de los canales de comunicación utilizados en la institución, se plantea lo siguiente: reuniones semanales, utilización de un correo institucional, implementación de una cartelera institucional.
		1.2.2. Creación de redes sociales internas.	Mediante la creación de grupos de chat se puede lograr comunicar de manera inmediata, colocando links de la información colgada en la intranet ya que el objetivo es anunciar un nuevo comunicado colocado en la intranet.



**OBJETIVO 2**

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA
<p>2. Crear espacios físicos dentro de la institución que estimule una adecuada fluidez de mensajes.</p>	<p>2.1. Difusión periódica de información para el personal interno, en plataformas impresas y digitales.</p>	<p>2.1.1. Renovación de medios de comunicación físicos (cartelera y televisión).</p>	<p>Con la recuperación de la cartelera de la institución, se colocará anuncios impresos que detallarán una actividad a llevarse a cabo. De esta manera, no solo personal técnico, sino también personal operador, inclusive personas que visiten el GAD se informarán de las actividades planificadas. Se pretende, además recuperar una televisión colocada en la sala de espera, con el objetivo de colocar imágenes en secuencia acerca de la parroquia Tarqui.</p>
		<p>2.1.2. Implementación de cafetería, incluyendo sillas, mesas y cafetera.</p>	<p>Luego de la observación llevada a cabo en el Gobierno parroquial se ha observado la falta de un espacio dedicado a servirse café con todas las comodidades, por ellos se plantea la implementación de una cafetería, con suficiente espacio para sillas y mesas, designando una hora específica para la reunión de todo el personal, en donde en ese tiempo de media hora se logrará no solo la convivencia del personal, además se mantendrán conversaciones relacionadas a asuntos de la institución.</p>
	<p>2.2. Creación de actividades fortalecedoras de confianza y clima organizacional.</p>	<p>2.2.1. Implementación de un espacio para la expresión libre de sugerencias, cambios o quejas.</p>	<p>Con la creación de espacios para que los trabajadores del GAD de Tarqui puedan expresar sus opiniones, ideas o quejas se ayudará a disminuir rumores, a resolver dudas y buscar la opinión de los técnicos, quienes llevan a cabo los proyectos de la institución. Se plantea además, la creación de un buzón de sugerencias para los trabajadores del GAD.</p>



**OBJETIVO 3**

<b>OBJETIVO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>TÁCTICA</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>
<p>3. Desarrollar actividades que fortalezcan las relaciones entre el personal, para promover la imagen de una institución sólida y unida.</p>	<p>3.1. Socialización de la filosofía institucional.</p>	<p>3.1.1. Elaboración de un manual institucional y artes digitales cuya información detalla toda la filosofía de la organización.</p>	<p>Luego de entrevistas con el personal laboral se ha descubierto que algunos trabajadores desconocen la filosofía de la institución, tales como los valores, la misión y la visión que maneja la administración actual. Por ello se elaborará material impreso y digital que apoye la socialización de filosofía institucional, dicho material será entregado a todo el personal. Complementado con la capacitación respectiva.</p>
		<p>3.1.2. Reconocer el trabajo realizado por el personal laboral tras la obtención de premios institucionales.</p>	<p>El GAD parroquial de TARQUI ha sido reconocido en algunas ocasiones por su excelente labor, sin embargo esto ha quedado en el olvido y no se han socializado los reconocimientos, por ello resulta necesario homenajear a las personas que trabajaron para lograr ese premio, mediante una pequeña reunión se reconocerá el trabajo realizado y se felicitará el esfuerzo.</p>
	<p>3.2. Planteamiento de actividades de integración y promoción de la imagen institucional.</p>	<p>3.2.1. Elaboración de un plan de talleres que fomenten los valores de la institución con todo el personal laboral.</p>	<p>Con el desarrollo de actividades dirigidas a consolidar los valores y filosofía de la institución, se pretende fortalecer la ética profesional y fomentar un mejor clima laboral. Por ellos se ejecutarán talleres al aire libre donde participarán todos los trabajadores del GAD de Tarqui. Realizando juegos grupales con enseñanzas y diversión.</p>



#### 4.16. Cronograma de actividades

Para llevar a cabo este plan de comunicación interna se ha desarrollado este cronograma de actividades que se ejecutará en los primeros seis meses del año, tendiendo los seis meses restantes para continuar con las actividades planteadas y monitorear los resultados.

Táctica	Actividad	Tiempo de ejecución											
		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
1.1.1.	Colocar información detallada y relevante en cada ocasión para mantener al equipo comunicado. (Intranet).												
1.1.2.	Promover la retroalimentación (respuesta) de los mensajes emitidos.												
1.2.1.	Cambio de los medios de comunicación ya utilizados.												
1.2.2.	Creación de redes sociales internas.												
2.1.1.	Renovación de medios de comunicación físicos (cartelera y televisión).												
2.1.2.	Implementación de cafetería, incluyendo sillas, mesas y cafetera.												



		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
2.2.1.	Implementación de un espacio para la expresión libre de sugerencias, cambios o quejas.												
3.1.1.	Elaboración de libros y artes digitales cuya información detalles toda la filosofía de la organización.												
3.1.2.	Reconocer el trabajo realizado por el personal laboral tras la obtención de premios institucionales.												
3.2.1.	Ejecución de talleres que fomenten los valores de la institución con todo el personal laboral.												



#### 4.17. Presupuesto

El siguiente presupuesto se ha elaborado en base al plan de comunicación interna que tiene como vigencia un año, para el cual se deja a consideración del GAD Parroquial de Tarqui la implementación del plan propuesto con la asignación del presupuesto establecido. Dicha actividad estaría bajo la dirección del Área de comunicación y Relaciones Públicas.

DESCRIPCIÓN	COSTO
Creación de la intranet	\$1.000
Creación de redes sociales internas	\$100
Renovación de medios de comunicación físicos (cartelera y televisión)	\$1.000
Implementación de cafetería, incluyendo sillas, mesas y cafetera.	\$500
Implementación de un espacio para la expresión libre de sugerencias, cambios o quejas.	\$150
Elaboración de libros y artes digitales cuya información detalles toda la filosofía de la organización.	\$1.000
Reconocer el trabajo realizado por el personal laboral tras la obtención de premios institucionales.	\$250
Ejecución de talleres que fomenten los valores de la institución con todo el personal laboral.	\$1.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$5.000</b>



## CONCLUSIONES

- ✚ La investigación y diagnóstico efectuados en este trabajo dieron como resultado que hay un desconocimiento por parte de los miembros del Gobierno Parroquial de Tarqui, sobre las facultades y beneficios que brinda una cultura de comunicación eficiente, lo que por ende ha generado un desinterés en la implementación de un área de comunicación. Y la carencia de esta área mencionada ha dado lugar a que interna y externamente existan falencias comunicacionales.
- ✚ Al no haber contado con un área de comunicación y relaciones públicas, y con un profesional en este ámbito, el realizar dichas actividades de manera empírica, ha provocado ineficiencia en la difusión de la información al público interno y externo, ya que los canales y medios de comunicación utilizados no han sido explotados al 100%, limitando su uso.
- ✚ Los medios de comunicación utilizados en el GAD Parroquial de Tarqui más relevante son las redes sociales, en donde se difunde la gestión institucional. De estos destaca Facebook, sin embargo su alcance es restringido ya que según los resultados del diagnóstico, las nuevas tecnologías y medios digitales son herramientas extrañas para las generaciones anteriores, a esto sumamos que la población no cuenta con los recursos económicos suficientes para contratar un servicio de internet.
- ✚ Actualmente el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui no cuenta con un plan de comunicación interna y externa, por lo que se desconocían las necesidades y medios oportunos que requiere cada comunidad, limitando la eficiencia de la información emitida por la institución y generando cierta desconfianza en la población.
- ✚ Las estrategias van apuntadas a dar solución a las carencias de comunicación encontradas, y reforzar aquellas oportunidades comunicacionales que han sido olvidadas, pero que son fuente potencial de información.
- ✚ El diagnóstico resultó muy útil debido al acercamiento que se tuvo con las personas, ya que esta interacción nos ayudó a conocer la realidad comunicacional de la parroquia Tarqui, generando un sentimiento de agradecimiento en los



moradores de la parroquia, quienes sostenían que esta iniciativa les ha hecho darse cuenta cuán importantes son para el GAD Parroquial de Tarqui.

- ✚ Así mismo el personal laboral del GAD Parroquial de Tarqui, sintió grata esta experiencia ya que notaron que el GAD Parroquial no únicamente se preocupa por su trabajo, sino que también por su bienestar dentro de la institución.



## RECOMENDACIONES

- ✚ Dado que los resultados han sido positivos sobre la viabilidad de un área de comunicación y relaciones públicas, se recomienda se realice el proceso y la gestión necesaria para la implementación de esta área en el GAD Parroquial de Tarqui. Cuyo objetivo principal será mejorar la comunicación y las relaciones entre el GAD Parroquial y sus públicos, incrementando considerablemente el sentimiento de confianza y pertenencia a esta institución, dado que un Gobierno Autónomo Descentralizado se debe a su gente y es necesario que esa gente conozca y confíe en el GAD. Por tal motivo esta área de comunicación y relaciones públicas se encargará de:
- Gestionar con los proveedores de internet para que abastezcan de este servicio a las casas comunales de la parroquia. Esto va acompañado de la implementación de 2 computadoras disponibles en cada casa comunal para los habitantes de la comunidad, y zona Wi-Fi. Realizando pruebas piloto en 5 comunidades de la parroquia para conocer la reacción y aceptación de este proyecto planteado. De esta manera se utilizarían los medios electrónicos para mantener contacto entre el GAD Parroquial y la Comunidad, sin olvidarnos de las respectivas capacitaciones en cuanto al uso de estas nuevas tecnologías.
  - Dentro de este apartado recomienda la creación de chats grupales en las aplicaciones móviles (WhatsApp y Messenger) con miembros de las comunidades y barrios de la parroquia, quienes luego de recibir la información emitida la puedan socializar con sus vecinos, agilizando el proceso de la información. La persona responsable de emitir dicha información será él o la comunicadora social.
  - Tramitar con los proveedores de los teléfonos públicos (ETAPA) para la implementación de cabinas telefónicas en las diferentes comunidades de la parroquia, para que los moradores no únicamente mantengan contacto con el Gobierno Parroquial, sino además pueda comunicarse con sus seres queridos en cualquier momento. Para dar una mayor eficacia de esto se colocará un listado con los números correspondientes a cada entidad



pública, y principales representantes del GAD parroquial y de las comunidades. Añadiendo a este punto, se plantea gestionar con los proveedores de la señal de telefonía móvil para una total cobertura de esta señal en la parroquia, ya que algunas comunidades carecen de una señal de telefonía móvil.

- Creación de un periódico local que sea distribuido en todas las comunidades y barrios de la parroquia. Se propone que en una primera instancia se puede publicar el mismo cada mes y una vez posicionado puede ser publicado quincenalmente.
- Implementación de carteleras informativas ubicadas estratégicamente en las casas comunales, con su respectiva socialización para que la gente acuda en busca de la información y nuevos anuncios. En cada comunidad debe haber una persona responsable de la actualización de las carteleras semanalmente o cuando la situación lo amerite. De la mano de esto se elaborarán mensajes comunicacionales destinados para el perifoneo de acuerdo a las comunidades, y para informar sobre nuevos anuncios en las carteleras o citar para reuniones a los habitantes.
- El área de comunicación y relaciones públicas se encarga también de difundir y hacer evidente su trabajo como GAD Parroquial, encargándose así de emitir boletines e invitaciones para los diferente medios de comunicación del Cantón, con el objetivo de socializar el esfuerzo realizado como institución pública.

✚ Todos los apartados antes mencionados son sugerencias para una eficiente comunicación con los públicos externos del GAD Parroquial. A continuación realizamos las recomendaciones dirigidas al público interno de las institución, confirmado por el personal laboral del GAD Parroquial, siendo estos un total de 18 persona:

- Rediseñar la señalética de las instalaciones del GAD Parroquial de Tarqui, con el objetivo de facilitar la visita de los moradores de la comunidad y por ende brindar un mejor servicio hacia sus públicos.
- Así mismo implementar la cartelera informativa dentro del GAD Parroquial ubicándola en un lugar estratégico y visible para todos los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado, con el fin de colocar



anuncios tanto para el personal laboral como para los visitantes de las instalaciones.

- Habilitar un lugar amplio destinado para el momento del descanso en donde todos los trabajadores del Gobierno Parroquial de Tarqui se reúnan a convivir y compartir alimentos. En este punto recomendamos la selección de una hora determinada para el descanso antes mencionado, con el fin de fomentar el compañerismo y la motivación entre los trabajadores.
- Implementar un intranet que consiste en un sitio web interno, donde únicamente los trabajadores del Gobierno Parroquial de Tarqui tendrán acceso y podrán colocar la información relevante con temas netamente institucionales que podrán ser utilizados para la elaboración de nuevos proyectos, y tener la información disponible en cualquier momento y desde cualquier lugar.



## BIBLIOGRAFÍA

- Armour, S. (30 de Septiembre de 1998). Failure to Communicate Costly for Companies. *USA Today*, pág. B1.
- Bernays, E. (1990). *Los años últimos: radiografía de las Relaciones Públicas*. Barcelona: ESRP-PPU.
- Burbano, A. (2003). *Más autonomía, más democracia*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago: Colección Libros de la empresa.
- Casanova, M. (2007). *Manual de evaluación Educativa*. Madrid: La Muralla.
- Castillo, A. (2009). *Relaciones públicas. Teoría e Historia*. Barcelona: UOC.
- Catillo, A. (2004). Investigación sobre la evolución histórica de las relaciones públicas. *Revista Historia y Comunicación Social*, 47.
- Costa, J. (1977). *La imagen de empresa*. Madrid: Ibérico Europea .
- Días, L. (2011). *La Observación*. México: Departamento de Publicaciones de la Facultad de Psicología de la UNAM.
- Fernandez, C., & Galguera, L. (2009). *Teorías de la Comunicación*. México: Mc Graw Hill.
- Fernández, C., & Galguera, L. (2009). *Teorías de la Comunicación*. México: Programas Educativos.
- Fleur, M. d. (2005). *Fundamentos de la comunicación*. Barcelona : Editorial Gedisa.
- Folgueiras, P. (2016). *pfolgueiras@ub.edu*. Obtenido de pfolgueiras@ub.edu : [diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf](https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf)
- Freeman, E., & Reed, D. (1983). *Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance*.
- García, M., & Bedoya, M. (1997). *“Hacia un Clima Organizacional Plenamente Gratificante en la División de Admisiones y Registro Académico de la Universidad del Valle*. Universidad del Valle: Tesis de Grado Maestría.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui*. (2010). Obtenido de <https://docplayer.es/31143604-Gobierno-autonomo-descentralizado-parroquial-de-tarqui.html>
- Harlow, R. (1976). *Building a Public Relations Definition*.
- Kitzinger, J. (1995). *Education and debate Qualitative Research: Introducing Focus Groups. Sociology of Health*. Obtenido de [http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num01/09\\_MI\\_HAMUI.PDF](http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num01/09_MI_HAMUI.PDF)



- Lefebvre, H. (1969). *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península.
- Marchesán, A. (2013). *Comunicación Productiva en la Era de las Relaciones*. Buenos Aires: Leven Anclas.
- McEntee, E. (2004). *Comunicación Oral*. México DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Moreno, J. (2013). COMPETENCIA DE LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS. *Universidad de Cuenca*, 9.
- Muñiz, R. (2013). *Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Muriel, M. L., & Rota, G. (1980). *COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE RELACIONES PÚBLICAS*.
- Navarro, F. (2011). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid: ESIC.
- Omaña, J. M. (2017). *clima laboral desarrollo organizacional - EOI*. Obtenido de clima laboral desarrollo organizacional - EOI:  
<https://www.eoi.es/es/file/18147/download?token=vuyI6Yxp>
- Preci, C. (24 de Enero de 2015). *Preci Claudia | Blogs de Docentes DC*. Obtenido de Preci Claudia | Blogs de Docentes DC :  
[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/index.php?id\\_docente=1104](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/index.php?id_docente=1104)
- Prieto, D. (1990). *Diagnóstico de la Comunicación*. Quito: CIESPAL.
- RAE. (19 de Julio de 2018). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española : <http://www.rae.es/>
- Rubio, M. J. (2012). *Historia de las Relaciones Públicas en América Latina (TESIS)*. Obtenido de Universidad Ecotec:  
[http://gye.ecomundo.edu.ec/doc\\_aula\\_virtual\\_ecotec/tareas/2012E/RPP110/alumno/2012510261\\_1103\\_2012E\\_RPP110\\_RRPP\\_EN\\_AMERICA\\_LATINA.pdf](http://gye.ecomundo.edu.ec/doc_aula_virtual_ecotec/tareas/2012E/RPP110/alumno/2012510261_1103_2012E_RPP110_RRPP_EN_AMERICA_LATINA.pdf)
- Saquipay, B. (2002). Junta Parroquial de Tarqui. *La Tarqueñita*, 6.
- Serrano, M. (2006). *¿Para qué sirve estudiar teorías de la comunicación?* Obtenido de <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/viewFile/760/732>
- Stanford, I. R. (1963).
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui. (2015). *“Parroquia Tarqui, 100 años de historia”*.
- Orgánico Funcional de Tarqui. (s.f.). CAPÍTULO I: Estructura Organizacional y CAPÍTULO II: Niveles de Organización y Procesos Institucionales.
- Taylor, S. J., & Bogdan., R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de Investigación*. Barcelona: Ediciones Paídos Ibérica S.A.



TESIS. (s.f.). *Tipos de Comunicación de las Organizaciones*. Obtenido de  
<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/18930/Capitulo4.pdf>

Watzlawick, P., Beavin, J., & Jackson, D. (1991). *TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA*. Barcelona : Editorial Herder.



# ANEXOS

### Anexo 1: Lic. Bolívar Saquipay

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 22 de noviembre de 2018.



### Anexo 2: Grupo Focal

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 8 de diciembre de 2018.



### Anexo 3: Grupo Focal

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 8 de diciembre de 2018.



### Anexo 4: Grupo Focal

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 8 de diciembre de 2018.



### Anexo 5: Grupo Focal

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 8 de diciembre de 2018.



### Anexo 6: Grupo Focal

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 8 de diciembre de 2018.



### Anexo 7: Grupo Focal

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 8 de diciembre de 2018.



### Anexo 8: Grupo Focal

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 9 de diciembre de 2018.



### Anexo 9: Grupo Focal

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tarqui, 9 de diciembre de 2018.



### Anexo 10: Inauguración de la casa comunal en el Barrio San José.



### Anexo 11: Programas; rendición de cuentas.



### Anexo 12: 7ma campaña de esterilización canina y felina gratuita.



### Anexo 13: Sesión solemne por 103 años de vida parroquial de Tarqui.



### Anexo 14: Desfile por 103 años de vida parroquial de Tarqui.



### Anexo 15: Elección de la nueva Cholita Tarqueña 2018.

