



# ! POSGRADOS !

## MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DIGITAL

RPC-SO-30-No. 505-2019

OPCIÓN DE TITULACIÓN:  
PROYECTOS DE DESARROLLO

TEMA:  
DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO  
DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA  
EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN EL  
PAN

AUTOR(ES)  
JOSÉ DARÍO ROCANO ROCANO

DIRECTOR:  
MIRIAM GIOCONDA BELTRÁN  
NARVÁEZ

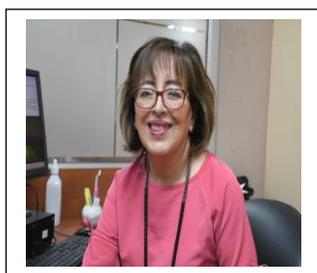
CUENCA – ECUADOR  
2022

**Autor:****José Darío Rocano Rocano**

Licenciado en Educación General Básica.

Candidato a Magíster en Comunicación Estratégica Digital  
por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Cuenca.

[jrocanor2@est.ups.edu.ec](mailto:jrocanor2@est.ups.edu.ec)

**Dirigido por:****Miriam Gioconda Beltrán Narváez**

Licenciada en Ciencias de la Información.

Máster en Docencia con mención en Educomunicación.

[gbeltrann@ups.edu.ec](mailto:gbeltrann@ups.edu.ec)

Todos los derechos reservados

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2022 Universidad Politécnica Salesiana.

CUENCA – ECUADOR – SUDAMÉRICA

JOSÉ DARÍO ROCANO ROCANO

Diseño de un plan estratégico de comunicación digital para el GAD municipal del cantón El Pan

## Tabla de contenido

AGRADECIMIENTO .....	6
DEDICATORIA .....	7
RESUMEN .....	8
ABSTRACT .....	10
CAPÍTULO I .....	12
1.1 Antecedentes .....	12
1.2 Justificación .....	12
1.3. Objetivos .....	13
1.3.1. Objetivo General .....	13
1.3.2. Objetivos Específicos.....	13
1.4. Método .....	13
CAPÍTULO II .....	15
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL .....	15
CAPITULO III.....	19
METODOLOGÍA.....	19
3.1 Metodología utilizada .....	19
CAPÍTULO IV.....	21
EL CANTÓN EL PAN .....	21
4.1 Relato del cantón EL Pan.....	21
4.2 Creación del Cantón El Pan .....	23
4.3 Diagnóstico de la población del cantón El Pan.....	24
4.4 Movilidad humana .....	24
4.5 Actividades productivas del cantón El Pan.....	26
4.6 Principales ingresos económicos del cantón El Pan .....	29
4.7 Empresas existentes en el cantón El Pan .....	30

4.8 Función Político-Administrativa del centro Cantonal .....	30
4.9 Aspectos culturales del cantón El Pan .....	30
4.10 Administración Actual .....	31
4.11 Misión del municipio .....	33
4.12 Visión del municipio .....	33
CAPÍTULO V .....	34
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	34
1. ¿Cuenta el Municipio con un Plan de Comunicación? .....	34
2. ¿Considera importante la comunicación dentro del GAD? .....	36
3. ¿La información que usted difunde llega a su público de manera adecuada? .....	37
4. ¿Cómo es su relación con su jefe inmediato? .....	38
5. Escriba alguna sugerencia para mejorar el ambiente laboral en su lugar de trabajo. ....	40
6.- ¿Escriba el nombre del Alcalde del cantón El Pan? .....	41
7.- ¿Conocen algún proyecto que esté realizando el Municipio en el Cantón? .....	42
8.- ¿Mencione el nombre de 3 departamentos del GAD municipal? .....	43
9.- ¿Señale el nombre de un director departamental del Municipio? .....	44
10.- ¿Tiene internet en su hogar? .....	45
11.- ¿Señale las redes sociales que usted maneja? .....	46
12.- ¿Cuánto tiempo al día dedica para revisar sus redes sociales? .....	50
13.- ¿Con qué frecuencia escuchan o mira la radio, tv y prensa y cuáles son los nombres de estos medios? .....	51
14.- ¿Porque medio se enteran de las actividades que realiza el municipio? .....	52
15.- ¿Escriba una recomendación o sugerencia para el Sr. Alcalde? .....	53
5.1 Foda general del Municipio a nivel comunicacional .....	54

CAPÍTULO VI.....	57
PLAN DE COMUNICACIÓN .....	57
6.1. Funciones del Plan de Comunicacional Digital Estratégica .....	57
6.2 Estrategias de comunicación.....	58
6.3 Plan de acción .....	59
6.4 Canales.....	61
6.5 Cronograma de aplicación.....	63
CAPÍTULO VII .....	64
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	64
7.1. Conclusiones .....	64
7.2. Recomendaciones .....	65
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	68
ANEXOS .....	69
Encuesta desarrollada a los funcionarios .....	70
Encuesta aplicada a los funcionarios del Gad. Municipal del Cantón El Pan. ....	71
Encuesta desarrollada a la población .....	72
Encuesta aplicada a la población del Cantón El Pan. ....	73

## **AGRADECIMIENTO**

Esto no lo hubiera conseguido sin la ayuda y colaboración del Vicerrectorado de Posgrados de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) y al gran contingente del Dr. Jorge Galán Montesdeoca, director de la Maestría de Comunicación Estratégica Digital, y a todos los docentes que fueron parte de este increíble camino.

El corazón de este trabajo no lo hubiera podido realizar sin el apoyo continuo de mi tutora la MSC. Miriam Gioconda Beltrán Narvárez misma que con toda la paciencia y dedicación me guio por el amplio mundo del conocimiento y que estuvo apoyándome siempre en este trabajo.

De igual manera quiero agradecer al Sr. Rigoberto Borja alcalde del Cantón El Pan quien me abrió las puertas de su cantón y del Gad. Municipal, por su intermedio agradecer también al concejo cantonal por darme la oportunidad de poder contribuir con un granito de arena al desarrollo de su hermoso cantón y sociedad Panense.

Es necesario agradecer también a cada uno de mis compañeros de la maestría quienes me dieron la mano y estuvieron apoyándome siempre, los llevare siempre en mi corazón.

## **DEDICATORIA**

Quiero dar las gracias a nuestro padre creador por la bendición de la vida y de poder darme la oportunidad de cumplir una meta más en mi vida, ya que solo con la bendición de él todo es posible, a mi madre Rosa Elvira Rocano Yanza, a mi padre Daniel Salvador Rocano Rodas por haberme cuidado y protegido desde antes de nacer hasta estos momentos de mi vida, a mi esposa Vilma Alexandra Rea Garnica por haberme permitido caminar junto a ella por los senderos de la vida y a mi más grande adoración y tesoro mi hijo Juan Esteban que es mi inspiración y el motor para seguir cumpliendo los objetivos propuestos en mi vida, los tiempos de Dios son perfectos y sin la participación de cada una de las personas mencionadas anteriormente nada de esto hubiera sido posible.

## **RESUMEN**

En este trabajo se desarrolla un Diseño de plan estratégico de comunicación digital para el GAD Municipal del cantón El Pan, mismo que pretende brindar un óptimo manejo de las plataformas digitales para mejorar la comunicación entre la población y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón El Pan, actualizar la información periódicamente de las paginas institucionales y promover la creación estratégica de contenidos que puedan estrechar las brechas comunicativas entre la sociedad Panense de sus diversas comunidades, de su parroquia y el Municipio.

El presente trabajo de investigación se desarrolla presentando los conceptos y categorías de la comunicación, mismos que se vinculan armónicamente con la sociedad tomando en cuenta y de manera primordial la gestión organizacional gracias a la aportación de varios autores tomados en consideración para este trabajo y el contexto social que vive el Gad. Municipal del cantón El Pan.

Con la realización del diagnóstico se entendió la situación por la que atraviesa el tema comunicacional institucional y que requiere ser mejorado aprovechando las bondades de la tecnología y sobre todo a la accesibilidad que tienen los pobladores el cantón a la misma, potenciar la comunicación interna y externa, la formulación de un plan de comunicación fue necesario que permitirá al Gad Municipal articular con las comunidades a través de sus dirigentes y la población en general cuando el caso lo requiera y a sus colaboradores en el plano institucional.

El objetivo elaborar un Plan Estratégico de Comunicación digital para el GAD Municipal del cantón El Pan es potenciar los medios de comunicación digitales que posee y luego, situar de la mejor manera posible la imagen que el Gad. Cantonal presenta a sus mandantes.

La metodología aplicada a este trabajo es cualitativo y cuantitativo lo que permitirá realizar un diagnóstico comunicacional y luego determinar la muestra a la cual se aplicara la encuesta.

Se aplicaron 30 encuestas a los funcionarios de la institución para determinar cómo está la situación actual comunicativa interna y 200 encuestas a los pobladores para el análisis respectivo de la comunicación externa. Con estos parámetros y luego de obtener los datos, se realizó el diseño del plan estratégico de comunicación digital para el GAD Municipal del cantón El Pan, mismo que permite fortalecer el uso de las plataformas digitales oficiales así como la creación de contenidos y la promoción de diversas actividades que se realizan en el cantón.

Palabras clave:

Gad. Municipal, cantón El Pan, diseño, plan estratégico.

## **ABSTRACT**

In this work, a design of a strategic digital communication plan is developed for the Municipal GAD of the El Pan canton, which aims to provide optimal management of digital platforms to improve communication between the population and the Autonomous Decentralized Municipal Government of the El Pan Canton. , regularly update the information on the institutional pages and promote the strategic creation of content that can narrow the communication gaps between the Panense society of its various communities, its parish and the Municipality.

The present research work is developed by presenting the concepts and categories of communication, which are harmonically linked with society, taking into account and primarily organizational management thanks to the contribution of several authors taken into consideration for this work and the context society that lives the Gad. Municipal of the El Pan canton.

With the realization of the diagnosis, the situation that the institutional communication issue is going through was understood and that it needs to be improved by taking advantage of the benefits of technology and, above all, the accessibility that the inhabitants of the canton have to it, to enhance internal and external communication. , the formulation of a communication plan was necessary that will allow the Municipal Gad to articulate with the communities through their leaders and the population in general when the case requires it and their collaborators at the institutional level.

The objective of developing a Strategic Digital Communication Plan for the Municipal GAD of the El Pan canton is to enhance the digital media it possesses and then, place the image that the Gad has in the best possible way. Cantonal presents its constituents.

The methodology applied to this work is qualitative and quantitative, which will allow a communicational diagnosis to be made and then determine the sample to which the survey will be applied.

30 surveys were applied to the officials of the institution to determine how the current internal communication situation is and 200 surveys to the residents for the respective analysis of external communication. With these parameters and after obtaining the data, the design of the strategic digital communication plan for the Municipal GAD of the El Pan canton was carried out, which allows strengthening the use of official digital platforms as well as the creation of content and the promotion of various activities that take place in the canton.

Keywords:

Gad. Municipal, El Pan canton, design, strategic plan.

## CAPÍTULO I

### 1.1 Antecedentes

El GAD Municipal del Cantón El Pan se encuentra ubicado en la provincia del Azuay entre los Cantones de Sevilla de Oro y Guachapala, cuenta con una área urbana y rural en donde se encuentra concentrada una población de 3036 habitantes esta cantidad está dividida en dos porcentajes es decir el 53,23% son mujeres y el 46,77% son hombres.

Debido a la pandemia del COVID 19 y todas las medidas que se dispusieron por parte del gobierno central las personas en el confinamiento empezaron a utilizar los medios de comunicación digital con más frecuencia siendo los canales de enlace con la población y el GAD municipal, la plataforma Facebook.

Las deficiencias comunicacionales fueron más visibles en este tiempo (durante la pandemia), ya que al no tener un departamento de comunicación de donde se pudiera generar contenido para mantener informada a la población y a su vez en calma, provocó que los ciudadanos del cantón opten por no seguir a las páginas oficiales de la institución y busquen información veraz y oportuna en otras fuentes dejando sobrepuesta la falta de un departamento de comunicación en el GAD.

### 1.2 Justificación

La ciudadanía no interactúa con el municipio del cantón El Pan, la información no llega a toda la población, se subestima el poder comunicativo que tienen los medios digitales, por la falta de conocimientos en los aspectos de comunicación digital, la información es llevada de una manera incoherente, sin una estrategia de comunicación que permita entablar un enlace acertado y oportuno con la población.

Por lo expuesto se considera indispensable que exista una persona que lidere el tema de comunicación organizacional en el GAD, para que realice un trabajo articulado a nivel interno y externo. Crear un equipo de comunicación con todos los profesionales a fines a este ámbito y desarrollar una estrategia integra de comunicación para que pueda ser implantada en el GAD.

Con este trabajo se pretende presentar una propuesta que mejore y optimice la comunicación del GAD del Cantón El Pan hacia sus distintos públicos, situación que es necesaria debido a que los pobladores han manifestado esta necesidad

### 1.3. Objetivos

#### 1.3.1. Objetivo General. -

Elaborar un Plan Estratégico de Comunicación digital para el GAD Municipal del cantón El Pan.

#### 1.3.2. Objetivos Específicos:

1. Detallar estrategias para mejorar o mantener la comunicación en el GAD Municipal.
2. Mencionar algunos productos comunicativos que podrían ser trabajados en el futuro.
3. Definir las herramientas de evaluación y seguimiento del plan estratégico de comunicación digital.

### 1.4. Método

Para la realización de este trabajo de estudio se realizó una investigación cualitativa el cual se basa en el método científico que consiste en la observación y recopilación de datos no numéricos, entrevistas, encuestas, todo esto con el fin de realizar un diagnóstico comunicacional.

De igual manera aplicaremos el método cuantitativo, el mismo que servirá para determinar una muestra tanto de manera interna como externa, en la cual se aplicaran de los 66 funcionarios municipales a 30 una encuesta que proporcionara los resultados institucionales y otra encuesta a 200 personas del centro cantonal y sus comunidades para obtener los resultados de la parte externa, con esto podremos obtener datos numéricos manipulables para a su vez tabularlos y determinar las acciones a seguir en lo posterior

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

El diseño será el camino que se transitará para pasar de una idea artificial hasta un producto final que pueda ser instalado en la sociedad, las apersonas desean tener un producto que tenga un sentido completo y aplicable esta será la razón fundamental del diseño (Reinaldo, 2013). Es así como se procederá a diseñar la planificación en el ámbito comunicativo.

La planificación es una herramienta fundamental que nos permitirá realizar con eficacia el trabajo y obtener resultados exitosos. Alcanzar los objetivos trazados anteriormente responderá a la planificación que le demos a nuestro trabajo al conjunto de acciones y recursos que tomaremos y que estarán a cargo de personas que a su vez tomen las decisiones pertinentes que efectivizarán el proceso de planificación (Publishing, 2007).

Como se ha visto que la comunicación tradicional sin un objetivo ha fallado la nueva comunicación en el campo digital con un enfoque ya predeterminado obtendrá y de alguna manera garantizará la disminución de las brechas desinformativas en el Cantón.

Muchas personas que son parte de los GADs cantonales han dejado de apostar por dar a conocer la información institucional, promociones turísticas, spots publicitarios, boletines etc., por factores económicos o temas de decisión política dentro de los municipios.

No hay partidas para la creación de departamentos de comunicación, la información está siendo manejada y puesta en conocimiento a la ciudadanía sin una estrategia comunicacional, situación que le hace perder veracidad. La forma más adecuada en cómo se puede cumplir con los objetivos será la estrategia, la cual deberá ser aplicada en el campo de acción y responderá al cómo vamos a hacer cierta acción para llegar a nuestros fines (i Serrano, 2018); sin una buena estrategia de comunicación el fracaso es inminente.

Desde el inicio de la administración 2019-2023 no se ha creado un departamento de comunicación lo que ha permitido que la población esté en desinformación un plan estratégico para llegar a las personas del cantón debería ponerse en marcha.

Se pretende que el Plan Estratégico que se sugiera sea el más adecuado de acuerdo a la población y a las necesidades que tenga el cantón en la deficiencia que puede haber en el tema comunicacional no obstante hay que tomar en cuenta que los planes estratégicos lo que hacen es, no dejar al azar los planes comunicativos que tenemos para el cantón sino encaminarlos en un proceso establecido que responda a las necesidades tanto de la población como de la institución, la mayor parte de las actividades que realizamos en la vida las planificamos con mayor razón las de la institución mismas que garantizaran resultados óptimos (Conan Doyle, 2012).

El fruto de realizar un proceso de planificación y ver una estrategia conveniente para la eficacia de un trabajo o documento que sea aplicado a la realidad social toma el nombre de Plan Estratégico de la Organización, (Aljure Saab, 2015).

La elaboración de un plan estratégico que influya de manera directa en la comunicación de las personas del cantón es lo que hace falta en la institución tomando en cuenta que, La comunicación apareció entre la humanidad como un medio para poder subsistir de esta manera fue como aparecieron las señas y los gestos, el miedo, el hambre y otros factores del entorno hicieron que la comunicación sea imprescindible en la humanidad. El enunciado de comunicación tiene raíz latina “communis” que significa “poner en común algo con otro” y según esta raíz lo que claramente expresa es algo que se tiene en común se comparte entre unos y otros (Zayas Agüero, 2012).

Para este estudio se debe tomar muy en cuenta la comunicación colectiva o de masas misma que pretende con un estímulo generar reacciones en los receptores los cuales serán los

prosumidores de los últimos productos que se realicen (Lucas Marín, 2012). Una de las prioridades es que la población esté bien informada y pueda utilizar estos canales de comunicación actual de manera óptima y oportuna.

Cabe aclarar también que este plan estratégico de comunicación no será un espacio cerrado más bien tendrá la flexibilidad de poder enlazar también partes offline y partes online es decir los medios tradicionales, con los medios digitales en algún momento se complementaran para buscar un mayor alcance de nuestros objetivos (Sabater Quinto, 2017) y de esta forma se llegará a más prosumidores dentro del cantón.

Como se había mencionado una de las carencias de los GAD Municipales es la falta de los departamentos de comunicación, y el profesionalismo en esa rama, se pasa por alto algo tan importante de las instituciones públicas, La comunicación estratégica en entidades públicas como es nuestro caso, hace referencia a un objetivo trazado ya sea de carácter político o institucional utilizan la persuasión y la propaganda para llegar a los receptores que es la población (Lozada Díaz , Preciado Hoyos y Guzmán Ramírez, 2013).

La pandemia del COVID 19 dio paso al adelanto en el reloj de la era digital y con ello los nuevos retos que la comunicación presenta. En esta nueva era de la comunicación digital donde las redes sociales de masas o mega comunidades están en auge la estrategia de comunicación llevara a aplicar el estudio en estas que son la de interés colectivo como: Facebook, Instagram, Twitter y la reciente revelación de los últimos años el Tik-Tok (Fresno Chávez, 2018).

La utilización de las plataformas sociales permite llegar a cada uno de los hogares de la población se volvió tan indispensable tener un aparato electrónico y que contengan las plataformas sociales ya sea para los tiempos de ocio, de información o de estudio es por eso que con estos canales comunicacionales digitales pretendemos llegar con la información

institucional ya sea para dar a conocer cierta información o realizar campañas turísticas, de salud, de entretenimiento, etc.

La comunicación en las sociedades democráticas son un deber y el acceso a la información es un derecho que deberían gozar todos los pobladores para mantener el accionar en las decisiones que conllevan cambios de tipo social y estructural en la sociedad donde se convive (Marcela, 2020).

Las instituciones no deben excluir las Relaciones Públicas, ya que no se desarrollara la confianza ni mucho menos una imagen sólida y no solo con la población sino también con el personal institucional, de la administración, esto quiere decir que todos quienes estén vinculados con la institución de manera directa o indirecta deben mantener estas relaciones para el desarrollo y consolidación de la misma. (Ramón & Gutama, 2015)

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### 3.1 Metodología utilizada

El trabajo de titulación trabajará con el método cualitativo con el cual se realizará un análisis de los resultados del diagnóstico comunicacional, y cuantitativo, que permitirá determinar la muestra a la que se aplicará una encuesta para el diagnóstico de comunicación, además permitirá conocer los resultados numéricos de la consulta hecha a través de la encuesta.

Vale indicar que se seguirán las distintas fases de la comunicación estratégica, siendo en primer lugar el diagnóstico comunicacional del GAD luego, el planteamiento de distintas estrategias de acuerdo con los objetivos comunicacionales que se persiguen, al público al contenido de los mensajes y al tono con el que se pretenda llegar al público. Posteriormente se realizará la evaluación de la propuesta en cuanto a su coherencia más no en su aplicación, en vista de que llevar la propuesta a la práctica está supeditada a factores externos a este trabajo.

Las herramientas que se emplearán en este trabajo son: encuestas e investigación bibliográfica.

#### 3.2 Cronograma

Así mismo se realizó un cronograma de actividades que se desarrollara desde que se aplique el plan estratégico en la institución municipal, mismo que tiene la duración de 6 meses y que puede acoplarse a los cambios del contexto en el que desarrolla el plan, pudiendo verse afectado por factores tanto de la tecnología como de la sociedad.

ACTIVIDAD	Mes 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SEMANA																								
Realizar un manual de diseño editorial digital																								
Realizar post con imágenes de todas las obras y actividades que diariamente cumple la Alcaldía																								
Realizar videos comunicativos con cada Director Departamental sobre las actividades que desarrollan cada mes																								
Una transmisión semanal en vivo sobre actividades y planes de la Municipalidad.																								
Creación de videos comunicativos donde se pueda visibilizar las prácticas de buenas relaciones entre las personas.																								
Implementar una planeación de secuencia de chatbot. Con los grupos de chats y actualizarlos semanalmente.																								
Entrevistas a las personas adultas mayores.																								

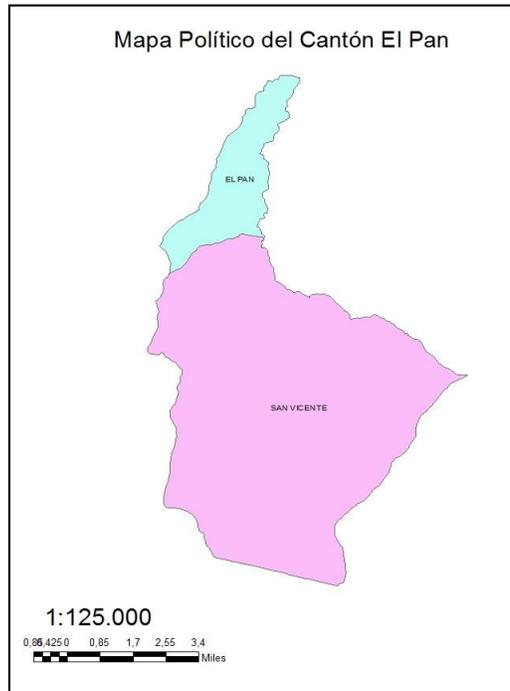
## CAPÍTULO IV

### EL CANTÓN EL PAN

#### 4.1 Relato del cantón EL Pan

#### Imagen 1

#### Mapa del cantón El Pan



Fuente: PDOT Cantón El Pan

El sector denominado cantón El Pan está ubicado en la zona tropical de América del sur, en el lugar denominado cordillera Oriental de los Andes, a 2500 msnm, en nuestro país Ecuador y como referencia en la provincia del Azuay al este del mismo.

Este cantón está a una altitud de 2600msnm, Sus más destacados relieves son las colinas de Allcuqui, Collay, Mollopong, Cajas al Occidente, y Matanga al Oriente. En la provincia del Azuay está ubicada la represa hidroeléctrica Daniel Palacios, exactamente en el río Paute, así mismo podemos encontrar otros proyectos realizados como Sopladora y Mazar, la ubican en la mayor productora de electricidad del Ecuador.

Historiógrafos mencionan que el término Pan no se trata de ninguna coincidencia sino que lleva consigo una extensa historia.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del cantón El Pan, los cañarís que vivían en estos lugares, veneraban al Dios Pan, ya que creían que el mismo era una divinidad cuyo objetivo era cuidar a los pastores que protegían sus rebaños en los lugares más altos del Cantón El Pan, lo cual permitió que se atribuyera a los pastores la veneración de un Dios denominado Pan.

El historiógrafo, de nombre Juan de Velasco, quien fue un sacerdote y radico en el Ecuador en 1750 y 1789, menciona en uno de sus relatos del Reino de Quito, que visitó Gualaceo y que dicha visita tenía como objetivo investigar lo de las montañas del Pan; en las cuales se rumoraba que ya existían indígenas, los cuales tenían un cacique con el nombre de Tapapán, que en su traducción significa, jefe del Pan.

Otra teoría menciona que los inicios del nombre “Pan” se dio por el fundador de ese lugar que tenía el nombre de Luis Pan, conjuntamente con su hermano Manuel. Estos hermanos fueron de descendencia española y llegaron en un inicio hasta el sector que en la actualidad se conoce como Pan Grande, por esa razón, se cree que los dos hermanos al llevar esa particularidad en su apellido “Pan” acordaron colocarle con ese nombre a ese lugar.

Se supone así mismo que el nombre de este lugar se le fue entregado en veneración a “Tapa Pan” el cual tiene como significado “jefe” el cacique que recidió en tiempos pasados en este sector, en el lugar denominado Peña de Turi exactamente en sus faldas. En el sitio que tenía por nombre Lligua, lugar que se encuentra ubicado muy cerca del centro cantonal de igual manera se descubrieron indicios de que en este sector vivían familias cañarís, ya que se encontraron adoratorios incas-cañari donde se pudo visibilizar vasos ceremoniales,

elaboradas de basalto, compoteras, silbatos etc. Mismos que se le atribuyen a la cultura Tacalshapa que tiene como significado “centro de reunión”.

Pero a pesar de todas estas teorías, no se encuentra la fidelidad de esta información ya que en el cantón según la historia contada debería estar presente el apellido “Pan” y aparecer dentro de algún documento de la parroquia de Cuenca, Gualaceo y El Pan, sin embargo, no se ha encontrado ningún dato (Vanegas, 2021).

#### 4.2 Creación del Cantón El Pan

El tema de fundación eclesiástica de este rincón Ecuatoriano El Pan como vice-parroquia de Guachapala tuvo como fecha clave el año de 1789 y en la parte eclesiástica en 1837 por el sacerdote Miguel Ulloa (salesiano), la institución como parroquia civil se realizó un 20 de septiembre de 1852, teniendo como sus propiedades en ese entonces lo que ahora se denomina como El Pan y Sevilla de Oro; en 1920 se independiza y se lo reconoce como cantón “El Pan”.

La parroquia denominada en aquella época como El Pan llega a catonizarse un 10 de agosto de 1992, cuando el presidente de los ecuatorianos fue el Dr. Rodrigo Borja y se fundan las parroquias de Palmas, Amaluza y San Vicente, , luego de esto Palmas y Amaluza pasan a ser parte de Sevilla de Oro, dejando a San Vicente como única parroquia de El Pan y abandonando así la denominación de Hidropaute (Pan, 2021) .

#### 4.3 Diagnóstico de la población del cantón El Pan

Mencionan los datos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) que en el 2010 el cantón El Pan tiene 3036 habitantes; mismos que están divididos en dos porcentajes el 53,23% son mujeres, mientras que el 46,77% son hombres (Censos, 2010).

**Tabla 1**

#### **Población total del cantón El Pan**

POBLACIÓN TOTAL CANTÓN EL PAN		
POBLACION	POBLACION TOTAL	%
Varones	1420	46,77%
Mujeres	1616	53,23%
Total	3036	100%

Fuente: INEC. Censo Población y Vivienda, 2010

#### 4.4 Movilidad humana

La movilidad humana en el cantón El Pan con datos de su PDYOT, permite visibilizar como una gran parte de panenses han dejado el país buscando mejores días para ellos y sus familias. El lugar a donde las personas de este cantón migran es a los Estados Unidos ya que para poder llegar a este destino en el austro ya existen formas de realizarlo de manera ilegal y legal.

Las mayor parte de personas que migran oscilan entre los 20 y 30 años de edad; lo cual da paso a que en el cantón haya un mínimo de personas que ayudan al desarrollo

productivo del sector, así mismo la mayoría son de sexo masculino, por lo que en el cantón existen más personas del género femenino.

**Tabla 2**

**Grupos edad de migrantes y sus porcentajes**

EDAD	PORCENTAJES
Entre 1 a 10 años	1,4%
Entre 11 a 20 años	16,9%
Entre 21 a 30 años	50,20%
Entre 31 a 40 años	20,9%
Entre 41 a 50 años	5,9%
Entre 51 a 67 años	4,4%

Fuente: INEC. Censo Población y Vivienda, 2010

De acuerdo al PDYOT del Pan los países más cotizados para la migración panense son Chile, Venezuela, España, Italia y el país más codiciado para estos viajes es Estados Unidos con 161 migrantes. Las causas más visibles de la migración son estudios, unión familiar, y lo más regular por trabajo.

Se puede evidenciar que en su mayoría las personas que migran hacia otros países provienen de comunidades rurales del cantón, el motivo de esto radica en que al no encontrar una liquidez en el tema de la agricultura y ganadería las personas buscan mejorar su condición económica y mejorar su calidad de vida por lo cual optan por la migración.

#### 4.5 Actividades productivas del cantón El Pan

Desde el principio El cantón El Pan es considerado un lugar eminentemente agrícola, ya que desde sus inicios este sector ya venía trabajando arduamente en esta labor con sus primeros pobladores que fueron los cañaris lo que les permitió tener un gran desarrollo productivo.

Con datos del III censo Nacional Agropecuario del 2000, este cantón tiene 13.228,78 de territorio. Sus propiedades se encuentran divididas en montes, bosques, pastos, llanuras y cultivos, pues este lugar es bendecido con minerales en donde podemos encontrar una gran variedad de plantaciones.

Estas tierras son muy bendecidas en producción; por lo cual el 58,48% de las personas se dedican a trabajos agrícolas y ganaderas. Una gran parte del territorio es ocupada por el sector rural lo que da paso a que actualmente (2022) se desarrollan algunos de productos tales como: el maíz, habas, frejol, etc.

La producción de frutales de este cantón según cada época del año ofrece a sus habitantes diversos productos como: reina claudia, duraznos, peras, manzanas, uvillas etc., mismas que son muy apetecidas por los lugareños pero también por las personas que visitan este lugar logrando que en la temporada frutal muchas personas visiten este sector por sus succulentas frutas.

La población se dedica también a la cría de cerdos, borregos, vaca, gallina, patos y otros, que son actividades que les permite a la población tener ganancias económicas.

Las extensiones que tiene el cantón en pastizales permiten que la mayor actividad productiva que es la ganadería les brinde el desarrollo productivo del cantón.

El 33,37% de las personas de El Cantón El Pan se dedican a otras actividades tales como: manufacturera, comercio, administración pública y transporte. También el comercio de

cerámicas, artesanías (confección de los sombreros de paja toquilla), muebles y un sin número de alimentos son vendidos en diversas partes del país.

Un 8.15% de la población son parte de las personas dedicadas a la construcción denominados jornaleros que han hecho de esta labor su forma de subsistir dentro y fuera del cantón.

Según datos del PDYOT del El Pan, las actividades de producción que más predominan son:

- La Ganadería
- Trabajos de construcción
- La Agricultura
- Profesionales que laboran en el sector público y privado
- Los Trabajadores en el sector de transporte
- Los Comerciantes
- Los Artesanos (realizan sombreros de paja toquilla, chompas tejidas, etc.)

Estos datos se encuentran en el último censo de población y vivienda 2010, y que a continuación se detalla:

**Tabla 3****PEA Población económicamente activa**

ACTIVIDAD	PEA VARONES	PEA MUJERES	PEA TOTAL	%
Construcción	87	-	87	8,15
Industrias manufactureras	44	23	67	6,29
Servicios: Comercio, transporte, comida, alojamiento	65	43	108	10,12
Administración pública (Empleados, educadores)	35	36	71	6,65
Otras actividades	45	65	110	10,31
Agricultura y ganadería	455	169	624	58,48
TOTAL:	731	336	1067	100,00

Fuente: PDYOT (Plan de Desarrollo y Organización Territorial del cantón El Pan)

#### 4.6 Principales ingresos económicos del cantón El Pan

Según datos de la Población Económicamente Activa un 63,33% de la población utilizan su tiempo en actividades como ganadería y agricultura; con lo que les permite sustentar sus familias en el ámbito económico.

Los resultados del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) INEC, menciona que el 58% de los ingresos de las familias son del trabajo agropecuario del cantón.

Otra actividad muy importante son las actividades no agropecuarias (42%), dónde se encuentran los artesanos, empleados públicos, oficiales y operarios quienes laboran en empresas privadas.

**Tabla 4**

#### **Ingresos económicos de las familias**

ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LAS FAMILIAS	PEA	PORCENTAJE
Agropecuarias	624	58 %
No agropecuarias	443	42 %
TOTAL	1,067	100 %

Fuente: INEC. Censo de población y Vivienda, 2010

#### 4.7 Empresas existentes en el cantón El Pan

Las empresas que existen en el cantón son las que potencian el desarrollo financiero de la misma entre las que podemos mencionar:

- Ban Ecuador
- Jardín Azuayo
- JEP

Estas empresas aportan a los emprendimientos productivos de la zona, mediante varias estrategias, ayudando al avance económico del cantón y sus habitantes.

#### 4.8 Función Político-Administrativa del centro Cantonal

Existe como cabeza de la función civil el Gad Municipal con su Alcalde y Concejales, luego las diversas instituciones que existen en la cabecera cantonal como:

- Registro Civil
- Subcentro de Salud del MSP.
- Prefectura del Azuay
- Ministerio de Obras Públicas (MOP)
- Ministerio de Educación y Cultural
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)

#### 4.9 Aspectos culturales del cantón El Pan

La fiesta más importante para sus habitantes son las que se efectúan en honor al Señor de El Pan, y se realizan cada 20 de enero de todos los años, esta fiesta dura alrededor de 5

días con la participación de todas las personas del centro parroquial y sus comunidades, estas festividades llaman al turismo tanto local como regional.

Dentro de esta actividad festiva de su patrono el Señor de El Pan se ha creado una serie de actividades deportivas, culturales religiosas y tradicionales del cantón.

A continuación de estas festividades, vienen las de cantonización que se realizan en el mes de agosto, en donde se encuentran los tradicionales viejos de la fiesta, la vaca loca, la escaramuza. Esta fiesta institucional es muy importante ya que engrandecen las tradiciones como: los juegos populares, el arte, la danza.

La comida típica juega un papel muy importante en las festividades del cantón y por eso se realizan ferias gastronómicas mismas que tiene por objetivo fomentar la exquisita comida panense como: el cuy con papas. Dulces de: fréjol, higos, zambo, chachis y la chicha de jora, sancocho, seco de pollo criollo, trucha frita, mote pillo, morcillas, chancho hornado.

Alcaldes:

- Ing. César Togra López
- Ing. Marcos Miguel López López
- Lcda. Ana Cecilia Villavicencio Cajamarca
- Lcdo. Wilson Román Ramírez Rivas

#### 4.10 Administración Actual

##### **Alcalde**

Sr. Rigoberto Borja Cabrera

##### **Concejales**

Sra. Ninfa Elizabeth López Arbito

Abg. Sandra Karina Bermeo Contreras

Ing. Lenin Torres Contreras

Tnlgo. Vinicio Antonio Zúñiga Ortega

Sr. Alcides Fernando Mora Solís

### **Ejes de trabajo**

#### **EJE 1: ORGANIZACIÓN SOCIAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA.**

Fortalecer los niveles de organización sectorial con el fin de que se constituyan en nexos directos con la administración cantonal y parroquial.

#### **EJE 2: TERRITORIOS ÉTICOS Y AUTÓNOMOS**

Actualizar el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) cantonal, Plan de Desarrollo Urbano (PDU), entre otros planes en base a las acciones cumplidas y a las propuestas planteadas por la nueva administración.

#### **EJE 3: DERECHOS Y LIBERTADES**

Garantizar y priorizar los derechos y libertades de las personas basados en el respeto a los demás.

#### **EJE 4: MODELO SOCIAL DE LA PRODUCCIÓN**

Promover un modelo de producción con responsabilidad social y ambiental.

#### **EJE 5: ECODEMOCRACIA**

Generar una propuesta que integre los derechos de la naturaleza, sabiendo que debemos afrontar el cambio climático y buscar mejorar nuestra capacidad para superar desastres estableciendo políticas de gestión de riesgos.

#### 4.11 Misión del municipio

Ser el ente gestor coordinar y/o ejecutor de: los servicios básicos integrales de calidad, vialidad, salud, educación, producción, turismo cultura y deporte a toda la población del cantón en armonía con el entorno.

#### 4.12 Visión del municipio

El cantón El Pan, tierra de oportunidades, igualitaria y hospitalaria; con sistemas de movilidad, conectividad, seguridad, educación, salud y servicios básicos eficientes en cobertura, cantidad y calidad; impulsa el empleo digno y la erradicación de la pobreza aprovechando de manera ordenada, responsable y sustentable los recursos naturales, atractivos paisajísticos y culturales como fuentes para la producción agroecológica y el turismo, con un cogobierno comprometido, participativo y solidario posicionándose como un modelo de desarrollo regional y nacional, contribuyendo a la construcción del Buen Vivir.

#### **Visión estratégica de desarrollo**

El cantón el Pan para el año 2030 cuenta con un sistema de producción que potencia las actividades agropecuarias, impulsa los emprendimientos locales y promueve el turismo como una alternativa de desarrollo económico local, fortaleciendo la participación, corresponsabilidad ciudadana, inclusión y equidad social. Mantiene una red de asentamientos articulados mediante un sistema vial que propicia la accesibilidad a las zonas productivas y de comercio, conserva las áreas de bosque y vegetación protectora y preserva las zonas de alta y muy alta importancia hídrica.

(PDYOT del cantón el Pan, 2019).

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El universo de la investigación es la población del Cantón El Pan y la muestra está dividida en dos partes la primera que son los funcionarios del Gad Municipal y la segunda que son los pobladores del centro cantonal y sus comunidades, debiendo señalar que por causa de la migración y abandono de su lugar de nacimiento muchos pobladores ya no residen en el cantón por ello que se aplicó a 30 funcionarios de los 66 colaboradores municipales y a 200 personas de la población en general utilizando un modelo de encuesta físico y realizando la aplicación en territorio.

A continuación, se detalla con tablas y gráficos los resultados de la encuesta a los funcionarios del Gad Municipal y los resultados de las encuestas a la población del cantón, los cuadros y los gráficos.

#### ENCUESTA FUNCIONARIOS GAD CANTÓN EL PAN

1. ¿Cuenta el Municipio con un Plan de Comunicación?

**Tabla 7**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	11	37%
NO	19	63%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	30	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 2**



Fuente: El Autor de la investigación

El 37% de los funcionarios municipales respondieron positivamente que, sí cuenta con un plan de comunicación que equivalen a 11 funcionarios, mientras que 19 funcionarios que representa el 63 % mencionaron que no existía un plan de comunicación y 0 personas manifestaron que desconocía.

Estos datos muestran que, por un lado el 37% de los funcionarios del Gad Municipal mencionan que si cuentan con un plan de comunicación, el 63 % dicen que no cuenta, el porcentaje que es menos de la mitad que comenta que si existe un plan de comunicación es más por desconocimiento del mismo ya que según los datos entregados por parte de la municipalidad no existe tal plan, lo que sugiere que es necesario que se pueda aplicar un plan de comunicación estratégica que mejore la comunicación tanto interna como externa del Municipio.

2. ¿Considera importante la comunicación dentro del GAD?

**Tabla 8**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	30	100%
NO	0	0%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	30	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 3**



Fuente: El Autor de la investigación

Un 100% de los funcionarios municipales concuerdan en que es importante la comunicación dentro del Gad, por lo que se sugiere incorporar dentro de él plan estratégico de comunicación acciones que vayan encaminadas a mejorar este ámbito interno de la municipalidad.

3. ¿La información que usted difunde llega a su público de manera adecuada?

**Tabla 9**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	13	43%
NO	10	33%
REGULAR	7	23%
TOTAL	30	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 4**



Fuente: El Autor de la investigación

Entre toda la información que cada uno de los departamentos del Gad Municipal genera un 43% menciona que la información si llega a sus usuarios ya sea de determinado departamento o proyecto que maneje el Gad. Un 23% coincidió que la información no llega como se quisiera, y 10 personas que significan el 33% de la muestra dicen que la información que generan desde sus obligaciones como funcionarios no llega a ninguno de sus beneficiarios.

Estos datos visibilizan la precariedad de los métodos de difusión de la información que se genera en el Gad, la cual debe estar canalizada de acuerdo a las necesidades tanto del funcionario como de la población para que no se interrumpa esta conexión que debe existir entre la administración y la población.

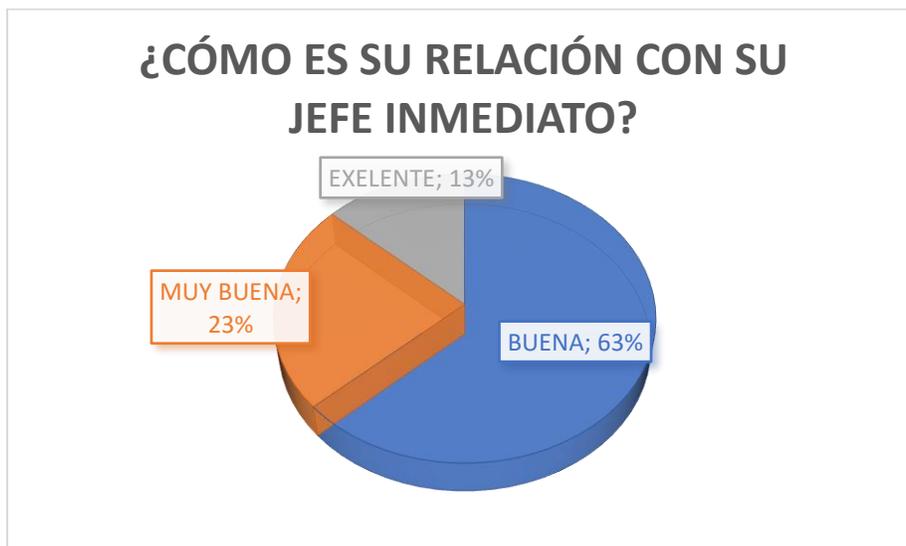
#### 4. ¿Cómo es su relación con su jefe inmediato?

**Tabla 10**

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
BUENA	19	63%
MUY BUENA	7	23%
EXELENTE	4	13%
TOTAL	30	1

Fuente: El Autor de la investigación

## Imagen 5



Fuente: El Autor de la investigación

Según el 63% de los encuestados mencionan que llevan una buena relación con sus jefes inmediatos, 7 personas que significan el 23% de la población manifiestan que su relación es muy buena con su jefe inmediato que hay un poco más de comunicación y confianza y el 13% puede decir que llevan una relación de amistad con sus jefes superiores.

Esto no abre el camino para poder mencionar que sería de mucha ayuda poder encaminar estas relaciones interpersonales a campos de amistad entre los mismos que permitan mejorar tanto el ambiente laboral y comunicacional del equipo de trabajo así como la atención a la población.

5. Escriba alguna sugerencia para mejorar el ambiente laboral en su lugar de trabajo.

**Tabla 11**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
NINGUNA	1	3%
CREAR ESPACIOS DE INTEGRACIÓN	12	40%
REALIZAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN	9	30%
CURSOS Y TALLERES AL PERSONAL	8	27%
TOTAL	30	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 6**



Fuente: El Autor de la investigación

El 1% de los encuestados indicaron que no hay recomendaciones para mejorar el ámbito laboral en la institución, 12 personas que son el 40% de la muestra mencionaron que se debería crear más espacios integración entre los empleados, el 30% coincidió en que se debe hacer un plan de comunicación que mejore las relaciones entre camaradas y 8 personas que hace referencia al 27 personas señalaron que se deben realizar cursos y talleres al personal de la institución.

En tal virtud se sugiere mejorar la comunicación entre el personal de la institución el cual a su vez mejorara las relaciones que tienen los funcionarios y potenciara un ambiente más participativo y colaborativo.

### Encuesta población del cantón El Pan

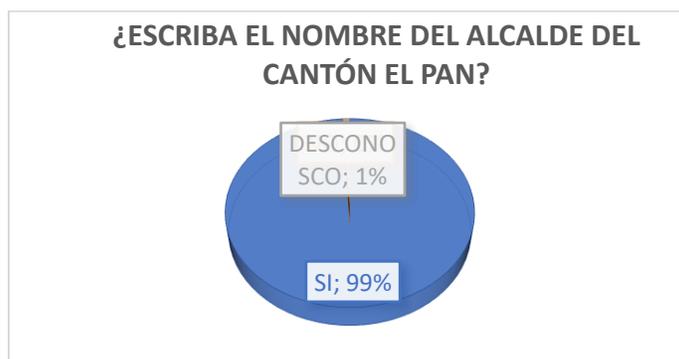
6.- ¿Escriba el nombre del Alcalde del cantón El Pan?

**Tabla 12**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	198	99%
NO	0	0%
DESCONOZCO	2	1%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 7**



Fuente: El Autor de la investigación

Como resultado de este diagnóstico que el 99% de pobladores conocen al Alcalde del Cantón, mientras que el 1% desconocen quien es el primer funcionario de la municipalidad.

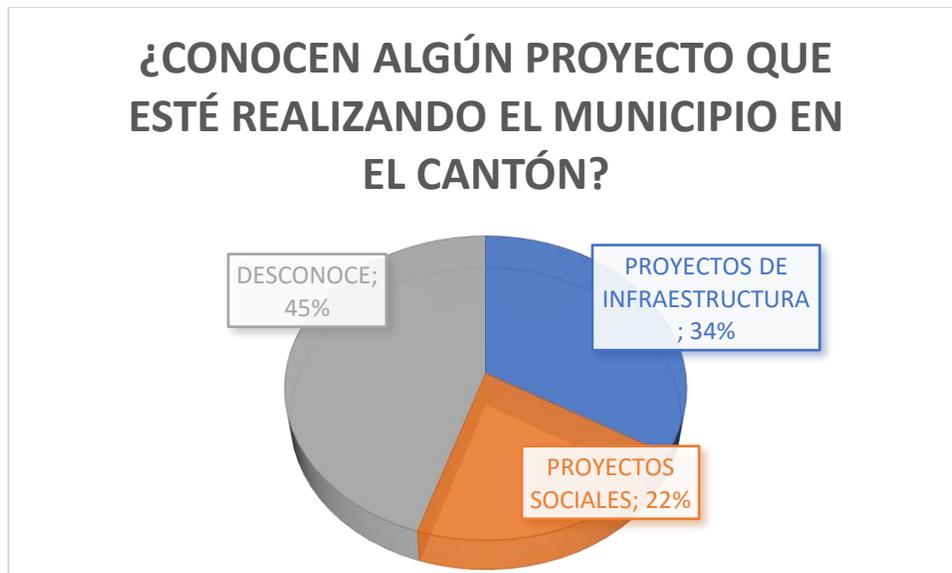
7.- ¿Conocen algún proyecto que esté realizando el Municipio en el Cantón?

**Tabla 13**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA	67	34%
PROYECTOS SOCIALES	43	22%
DESCONOCE	90	45%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 8**



Fuente: El Autor de la investigación

Según las encuestas realizadas 67 personas conocen proyectos de infraestructura que realiza el Gad. Municipal que significa el 34% de la muestra, un 22% conoce de proyectos sociales realizados por la administración y un 45% no tiene conocimiento de ningún proyecto que realiza el Municipio alrededor de 90 personas del total de la muestra.

Esto nos permite demostrar que la información no está llegando a la población a pesar de los esfuerzos realizados por la administración de dar a conocer las obras que realizan, la falta de una estrategia o un plan de comunicación permite que la información que debe llegar a la ciudadanía no se consolide.

8.- ¿Mencione el nombre de 3 departamentos del GAD municipal?

**Tabla 14**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI MENCIONA	100	50%
MENCIONA UNO	23	12%
DESCONOCE	77	39%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 9**



Fuente: El Autor de la investigación

Asimismo, se comprobó que las personas conocen al menos 3 departamentos del Gad. Municipal ya sea Agua potable, Catastros, Financiero, Concejo Cantonal de Protección de Derechos etc. 100 personas respondieron que si los conocen que es el 50% de la muestra, el 12% conoce solo a un departamento y el 39% no conoce ningún departamento del Municipio.

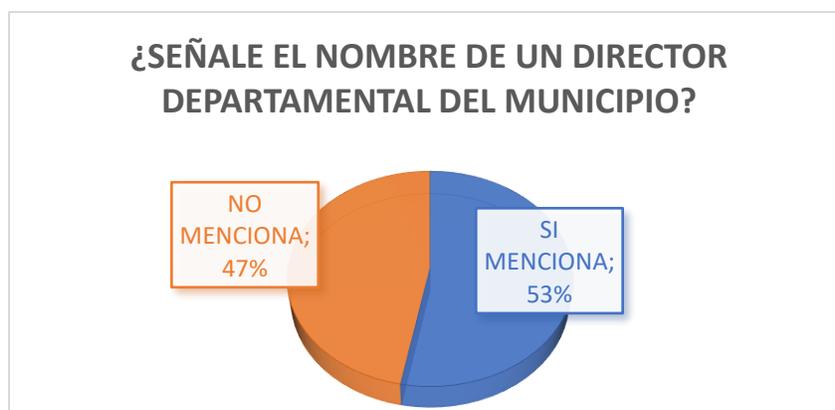
9.- ¿Señale el nombre de un director departamental del Municipio?

**Tabla 15**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI MENCIONA	106	53%
NO MENCIONA	94	47%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 10**



Fuente: El Autor de la investigación.

Asimismo, se comprobó que el 53% de la población de la muestra si conoce al menos un director departamental, y 94 personas el 47% no conoce a ningún director departamental.

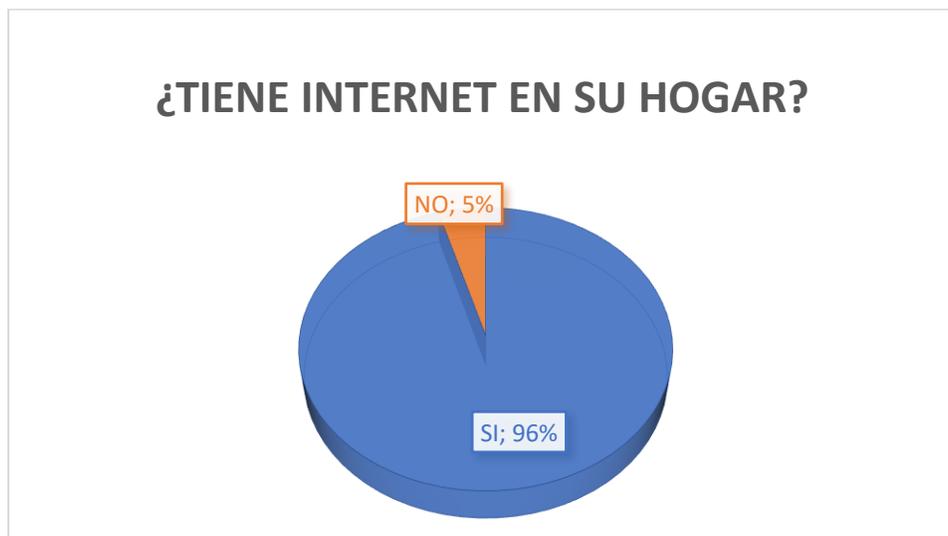
10.- ¿Tiene internet en su hogar?

**Tabla 16**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	191	96%
NO	9	5%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 11**



Fuente: El Autor de la investigación

Se conoció que el 96% de los encuestados si cuentan con un servicio de internet en sus hogares mientras que el 5% no lo tienen pero si revisan sus redes sociales en puntos donde tienen conectividad wi-fi.

Por lo que la información que obtienen los pobladores es por los canales del internet. Y los medios digitales.

11.- ¿Señale las redes sociales que usted maneja?

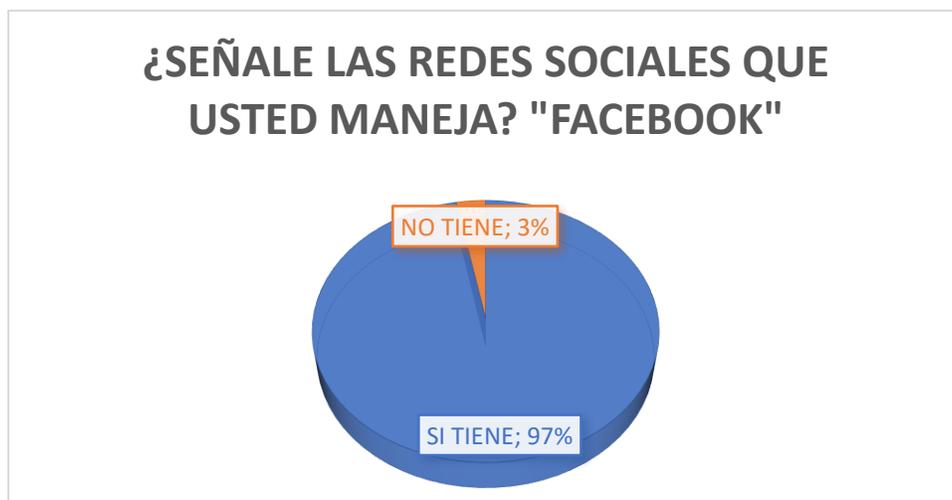
Facebook

**Tabla 17**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI TIENE	194	97%
NO TIENE	6	3%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 12**



Fuente: El Autor de la investigación

Twitter

**Tabla 18**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI TIENE	32	16%
NO TIENE	168	84%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 13**



Fuente: El Autor de la investigación

WhatsApp

**Tabla 19**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI TIENE	171	86%
NO TIENE	29	15%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 14**



Fuente: El Autor de la investigación

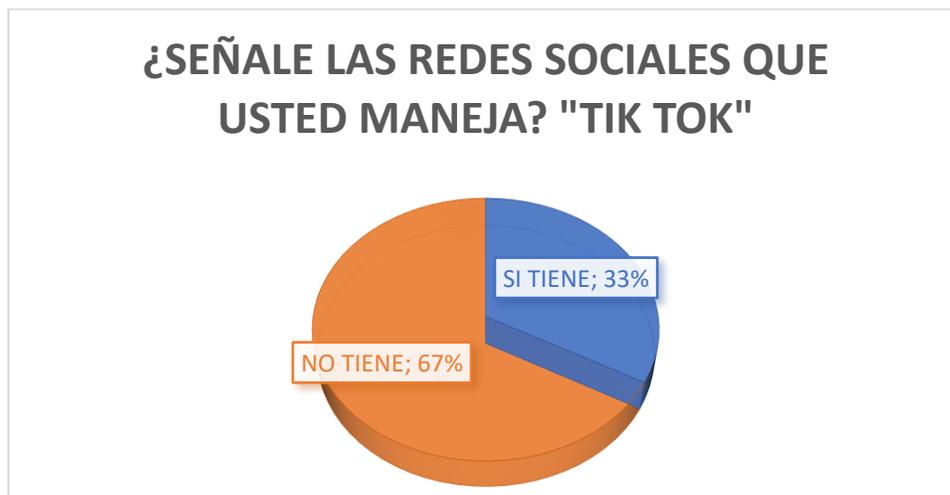
Tik tok

**Tabla 20**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI TIENE	66	33%
NO TIENE	134	67%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 15**



Fuente: El Autor de la investigación

YouTube

**Tabla 21**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI TIENE	98	49%
NO TIENE	102	51%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 16**



Fuente: El Autor de la investigación

Según los datos levantados 194 personas tienen Facebook que es el 97% de la muestra y que es la red que más utilizan de todas las personas según los datos levantados, la segunda red más utilizada es WhatsApp con 171 personas que la utilizan y que refleja el 86% de la población, la tercera red más utilizada es YouTube con 98 usuarios el 49% de los datos seguida de Tik tok con 66 usuarios el 33% de la muestra, y por último Twitter con 32 usuarios el 16% de la muestra.

12.- ¿Cuánto tiempo al día dedica para revisar sus redes sociales?

**Tabla 22**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
TREINTA MINUTOS	16	8%
UNA HORA	66	33%
DOS HORAS O MÁS	117	59%
NO REVISAS	1	1%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 17**



Fuente: El Autor de la investigación

Según la investigación un 59 % de la población permanece conectada en las redes sociales más de dos horas, un 33% lo hace en una hora, el 8% dedica al menos 30 minutos en revisar sus redes y el 1% no las revisa.

13.- ¿Con qué frecuencia escuchan o mira la radio, tv y prensa y cuáles son los nombres de estos medios?

**Tabla 23**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	132	66%
NO	68	34%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

**Imagen 18**



Fuente: El Autor de la investigación

El 66 % de las personas utilizan los medios de comunicación tradicionales para enterarse de noticias y para entretenimiento, mientras que el 34% dejó de consumir estos medios de comunicación.

14.- ¿Porque medio se enteran de las actividades que realiza el municipio?

**Tabla 24**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
RADIO, PRENSA, TELEVISIÓN	12	6%
REDES SOCIALES	170	85%
NINGUNA	18	9%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

### Imagen 19



Fuente: El Autor de la investigación

El medio por el cual la población se entera de las acciones que realiza el Municipio es en gran parte las redes sociales con un 85% de la muestra, un 9% no se entera de las actividades municipales por ningún medio y el 6% lo hace por los medios tradicionales.

15.- ¿Escriba una recomendación o sugerencia para el Sr. Alcalde?

**Tabla 25**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
MAS OBRAS	115	58%
MEJORAR LA COMUNICACIÓN DEL GAD	26	13%
NINGUNA	59	30%
TOTAL	200	1

Fuente: El Autor de la investigación

## Imagen 20



Fuente: El Autor de la investigación

Con respecto a la gestión del Sr. Alcalde el 58% de la población solicita más obras, un 30% no tiene ninguna sugerencia para la administración y el 13% solicita que mejore la comunicación del Gad. Municipal.

### 5.1 Foda general del Municipio a nivel comunicacional

- **Fortalezas.**

- Interés del Alcalde por mantener informada a la población.

- Interés de la población en conocer lo que el municipio realiza en el cantón sus parroquias y comunidades.

- La población cuenta con la tecnología y los medios digitales para poder informarse.

- **Oportunidades.**

- La población cuenta con internet, redes sociales.

- La población está ávida por recibir información.
- Los canales comunicativos están al alcance de todos.
- Existe información de todo tipo en la institución, social, cultural, económica, política.

- **Debilidades.**

- El manejo de la parte de comunicación del Gad. Municipal la conduce un técnico de la institución el cual pertenece a otro departamento del Municipio y no tiene la formación académica acorde a la función comunicativa.
- Carece de los implementos necesarios para realizar los productos multimedia que posteriormente deberían ser publicados
- La parte comunicativa del Municipio no tiene un objetivo y se lo realiza de manera espontánea y coloquial.
- No existe un departamento de comunicación.

- **Amenazas.**

- La población al no estar informada no se beneficia de los servicios que brinda la Municipalidad.
- No existe comunicación entre los directores departamentales y la población para analizar las necesidades reales de la población.
- Como Municipalidad corre el riesgo de quedarse rezagado de los procesos de comunicación a nivel provincial.

-El vínculo comunicativo que debería haber con los mandantes esta fracturado al no tener como comunicar y como llegar a la población, que espera atenta a saber más de todas las actividades que el municipio realiza.

**Imagen 21**



Fuente: autor de la investigación

## CAPÍTULO VI

### PLAN DE COMUNICACIÓN

Como ciudadano preocupado del desarrollo de nuestra región y en mi calidad de estudiante de la Maestría de Comunicación Estratégica Digital, me interesa aportar al fortalecimiento institucional del Gad. Municipal del cantón el pan con la finalidad de que la población y el municipio mantengan una relación más cercana que permita que la información fluya de manera adecuada y con ello mejore los procesos de participación ciudadana con la institución, para tal efecto en este trabajo de tesis propongo un plan estratégico de comunicación digital cuya aplicación dependerá de la decisión política de la administración de turno.

Un plan de comunicación es un documento que establece de forma clara cómo, cuándo y de qué forma se va a comunicar la empresa con su público, con el fin de alcanzar ciertos objetivos, y que tiene como fin reforzar y ayudar al plan de marketing. (Quero, 2018, pág. 1)

#### 6.1. Funciones del Plan de Comunicacional Digital Estratégica

1. Planificar la comunicación interna y externa del Gobierno Municipal.
2. Fusionar comunicacionalmente de manera eficiente, positiva y oportuna al centro cantonal, su Parroquia San Vicente, sus 14 comunidades, cuatro cooperativas y toda la población en general.
3. Comunicar efectivamente de sucesos que sean importantes y de interés para la población y su desarrollo.
4. Convocar, llamar a reuniones, asambleas, u otros eventos del Gobierno Municipal.
5. Ser el vínculo del Gobierno Municipal con sus ciudadanos que tuvieron que emigrar.
6. Promover todas sus actividades concernientes al ámbito productivo, agrícola, económico, ganadero, social, cultural y turístico.

7. Acoger las advertencias, sugerencias, comentarios, inquietudes, quejas de la población y de todas sus comunidades y el centro cantonal.
8. Transmisiones en vivo de eventos que tengan mayor relevancia dentro del cantón como los culturales, cívicos, religiosos y turísticos.
9. Programar a futuro talleres en línea sobre temas o actividades de interés de la población.
10. Avisos, alertas en caso de sucesos que pongan en riesgo a la comunidad en el tema de seguridad.
11. Resguardo de su cultura, tradición, identidad, y practicas ancestrales.
12. Realizar transmisiones en vivo vía Facebook del Gobierno Municipal con sus dirigentes comunitarios en caso de ser necesario.
13. Organizar la página de Facebook del Gad. Municipal implementando los grupos por comunidades para poder enviar comunicados oportunos y dirigidos específicamente a ciertas comunidades cuando la ocasión lo amerite y el Gad. Municipal así lo requiera.

## 6.2 Estrategias de comunicación.

El Plan de Comunicación Digital Estratégica es un instrumento que contiene las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones comunicacionales necesarias para optimizar la gestión comunicacional interna y externa del Gobierno Municipal y sus diferentes estructuras con proyección interna y externa y se presenta como un apoyo para organizar los procesos de comunicación y guía del trabajo comunicativo. Además de facilitar la orientación y de optimizar recursos.

El Plan establece el seguimiento y la evaluación continua de estos procesos, por ello el Plan de Comunicación se convierte en una herramienta guía susceptible de una mejora continua adaptable a las necesidades institucionales del Gad. Municipal.

Será necesario que el Gad. Municipal conforme a sus facultades realice un reglamento de manejo, actualización permanente del Plan de Comunicación de acuerdo a la dinámica y avance técnico, tecnológico y científico.

Con la finalidad de conocer la situación o el clima organizacional en el Gad municipal del cantón El Pan se aplicaron 30 encuestas a los funcionarios de la institución

Por otra parte también se aplicó una encuesta a 200 personas del centro cantonal y sus comunidades (Centro El Pan, Turi, Culebrillas, San Francisco, Huintul y Cuypamba, Ñuñurco, Cedropamba, San Judas, Centro Parroquial San Vicente, Tina Alta, La Tina baja, La Merced, Santa Teresita, La Dolorosa, La Nube), esta herramienta tubo como finalidad conocer como es el clima laboral al interior del municipio y por otro lado la percepción y las necesidades que tiene la población con respecto a la administración municipal.

### 6.3 Plan de acción

Se consideran las siguientes acciones:

<b>Estrategia</b>	<b>Actividad</b>	<b>Público</b>	<b>Responsable</b>
Generar espacios de diálogo entre el Alcalde y la población.	Una transmisión semanal en vivo sobre actividades y planes de la Municipalidad.	Población del cantón	-Jefe de comunicación. -Alcalde.
Propiciar interacción entre los directores departamentales y la población del cantón,	Realizar videos comunicativos con cada Director Departamental sobre	Población del cantón	-Jefe de comunicación. -Directores Departamentales

particularmente de las zonas rurales.	las actividades que desarrollan cada mes.  Visitas in situ de los jefes departamentales a las obras que está realizando el Municipio.		
Darle identidad a las páginas institucionales.	Realizar un manual de diseño editorial digital	Población del cantón	-Jefe de comunicación  -Diseñador
Promover las buenas relaciones interpersonales dentro y fuera de la institución.	Creación de videos comunicativos donde se pueda visibilizar las prácticas de buenas relaciones entre las personas.	Población interna y externa del Gad. Municipal.	-Jefe de comunicación  -Editor  -Camarógrafo  -Diseñador
Mejorar la comunicación entre el Gad. Municipal y los dirigentes comunitarios.	Implementar una planeación de secuencia de chatbot.  Con los grupos de chats.	Dirigentes comunitarios.	-Jefe de comunicación

Incentivar a las prácticas ancestrales y costumbres propias del cantón.	Entrevistas a las personas adultas mayores.	Población del cantón.	-Jefe de comunicación -Camarógrafo
Potenciar la información de la Municipalidad en redes.	Realizar post con imágenes de todas las obras y actividades que diariamente cumple la Alcaldía	Población del cantón.	-Jefe de comunicación.

#### 6.4 Canales

Con base al diagnóstico se sugiere utilizar los siguientes canales de comunicación:

##### **Página web**

La página Web Sera la encargada de presentar a la institución de manera íntegra con toda la información pertinente y que permitirá al usuario a su vez interactuar con las redes sociales como son la fanpage institucional y el whatsApp oficial del Gad. Municipal.

Para la creación de esta página web utilizo la plataforma wordpres y la plantilla Twenty Fourteen que es parte de los temas que ofrece esta plataforma para la creación de páginas web, esta página esta publicada con la marca de la plataforma Word pres la compra de hosting (alojamiento de información de la página) y el dominio (la exclusividad del nombre de la página) la institución en su momento lo realizara si así lo cree conveniente.

[gadmunicipalelpan.wordpress.com](http://gadmunicipalelpan.wordpress.com)

## **Facebook**

El Gad. Municipal cuenta con una fanpage que está siendo manejada de una manera coloquial y sin una estrategia la cual según sus publicaciones no llegan al target requerido y direccionado, es por eso que la nueva fanpage creada está diseñada de tal forma que se pueda llegar con la información a las personas oportunas en los temas que tienen que ver con la administración, sus tradiciones, identidad, la parte social, el turismo y la cultura.

<https://www.facebook.com/GAD-Municipal-EL-PAN-106808445398365>

## **WhatsApp**

Con la plataforma de WhatsApp podremos realizar los grupos comunitarios con los dirigentes y miembros de directivas de cada una de las comunidades del cantón y por la cual podremos compartir archivos de audio y video, avisos, oficios, convocatorias, fotos, flyers que de manera instantánea llegaran a las personas para su difusión en territorio y la organización de la comunidad.

6.5 Cronograma de aplicación.

ACTIVIDAD	Mes 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SEMANA																								
Realizar un manual de diseño editorial digital	■	■																						
Realizar post con imágenes de todas las obras y actividades que diariamente cumple la Alcaldía	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Realizar videos comunicativos con cada Director Departamental sobre las actividades que desarrollan cada mes			■				■				■				■				■				■	
Una trasmisión semanal en vivo sobre actividades y planes de la Municipalidad.			■				■				■				■				■				■	
Creación de videos comunicativos donde se pueda visibilizar las prácticas de buenas relaciones entre las personas.				■			■				■				■				■				■	
Implementar una planeación de secuencia de chatbot. Con los grupos de chats y actualizarlos semanalmente.	■				■				■				■				■				■			
Entrevistas a las personas adultas mayores.						■				■				■				■				■		

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1. Conclusiones

1. Objetivo 1.- Se encontró que los canales comunicativos que ofrece hoy el internet la versatilidad del mismo así como las interfaces que tiene cada una de las plataformas que son muy intuitivas y que puede ser de uso de cualquier persona de manera muy fácil, están siendo pasados por alto por el Gad. Municipal, hay que tomar como un aliado estratégico de gran valor a las bondades de la tecnología, por lo cual es primordial la aplicación del Plan estratégico de comunicación donde como estrategias principales tenemos el acercamiento de la alcaldía con la población mediante la elaboración de productos multimedia que atiendan a las necesidades informativas que tiene el cantón.
2. Objetivo 2.- A pesar de ser una institución tan importante dentro del cantón, con muchos años de historia y la principal Institución dentro del cantón generadora de empleo y desarrollo para el centro cantonal y todas sus comunidades y parroquia, la ausencia de un departamento de comunicación así como de un plan estratégico de comunicación, fractura la relación que se debería tener con la población, más eficaz y más cercana, para lo cual se plantea trabajar en ciertos productos comunicativos tales como: transmisiones en vivo, videos comunicacionales con los directores departamentales, manual de diseño editorial digital, multimedia sobre las buenas relaciones entre empleados y población, los chatbots para los grupos de chat, entrevistas a los adultos mayores para conocer mejor la historia, imágenes, flyers estratégicos sobre los avances en obra pública que tiene el cantón.
3. Objetivo 3.- Además de la creación de los canales oficiales y proporcionar ya una línea grafica digital para que sea aprovechada en todo momento en la elaboración de contenido

ya sea multimedia o imágenes estáticas, la Alcaldía debe trabajar en la creación de contenido permanente y encaminado a ciertos públicos, mismos que pueden ser dentro del cantón o fuera del mismo en el plano turístico, dependiendo de lo que se quiera comunicar, para que estos puedan ser emitidos en las páginas oficiales y a su vez realizar el seguimiento respectivo de la eficacia tanto de los canales comunicativos como: Facebook, whatsapp, pagina web, etc. Así como de los productos multimedia generados para que según el tiempo y las circunstancias estos puedan ser modificados y acoplados a las realidades que un futuro puedan presentarse los cual permitirá que el plan estratégico pueda ser evaluado cada cierto tiempo y acoplado al nuevo contexto.

## 7.2. Recomendaciones

1. Potenciar y fomentar dentro de la institución la comunicación, para mejorar no solo el ambiente laboral en la institución, sino también la coordinación de acciones interdepartamentales en favor de cierta acción o proyecto macro que se realice en el Gad. Municipal, esto encontrara a colaboradores con iniciativa dentro de la institución, mas no a solo meros empleados cumpliendo funciones.
2. Producir grupos internos o salas de chats para cada comunidad donde pueden estar los directores departamentales y aprovechar estos canales para la entrega de información de carácter urgente y oportuno a los dirigentes comunitarios, hay situaciones en donde la coordinación se vuelve complicada cuando la información no es distribuida equitativamente para el accionar de algún proyecto o trabajo en común, comunidades que se quedan rezagadas o que en su defecto pierden beneficios por no haber recibido la información necesaria en el momento adecuado,

estos grupos permitirán que todos puedan estar comunicados y recibir la información necesaria en el momento adecuado.

3. Talleres de manejo de las plataformas digitales, a pesar de que las interfaces de las plataformas digitales son muy intuitivas hay ciertas acciones que no todos pueden realizar con ellas es por eso que es conveniente aprender un poco más sobre el funcionamiento de las mismas para poder sacarle todo el potencial a estas redes sociales con las cuales se pretende trabajar como canales directos hacia la población y para ello deben todos estar diestros en el manejo de las mismas.
4. Actualizar el plan de comunicación cada seis meses, según las necesidades que aparezcan en el camino, si bien es cierto el adelanto tecnológico y científico es constante de igual manera las actualizaciones tanto de las plataformas digitales y de la misma sociedad son cambiantes día con día, por lo cual en el transcurso del tiempo hay que ir acoplando este plan de comunicación de acuerdo a las necesidades que se tengan en lo posterior.
5. Actualizar el perfil y página de Facebook, así como las imágenes del chat de WhatsApp, según las fechas calendario tanto festivas como cívicas la imagen de portada y de perfil de los canales oficiales deben ir actualizándose para que esté acorde al momento y la fecha de cada actividad dentro del cantón, sus comunidades y parroquia.
6. Implementar los grupos por comunidad de WhatsApp, la información no es la misma cuando de obras se trata, hay obras que tienen un carácter común, pero hay otras que solo se las realizan dentro de los territorios de cada comunidad, por lo cual los comunicados e información serán diferentes podemos agregar a esto las

fechas festivas, las fechas agrarias entre otras por ello cada comunidad debe manejarse con un grupo donde la información sea exclusiva para cada sector.

7. Apoyar publicitariamente a los proyectos y emprendimientos locales con publicaciones en los canales oficiales de la institución, por ser una institución donde todos los miembros de la sociedad del cantón El Pan están relacionados, los canales comunicativos oficiales tienen mayor número de seguidores que un perfil personal o de negocio local, es por eso que apoyar con publicaciones de estos negocios hará que más personas puedan ver lo que ofrecen y por ende más personas podrán visitar estos negocios.
8. Preparar al personal para la colaboración en la elaboración de los productos multimedia que se pretendan realizar para las publicaciones, dentro de los canales oficiales, cuando se realicen los productos multimedia o imágenes estáticas, se necesitara de la colaboración del personal con el que contamos en la institución, así como también las personas de la población, por lo cual debe haber la predisposición de los colaboradores municipales para que se pueda grabar o tomar fotos para la edición de los productos finales que serán publicados en los canales oficiales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aljure Saab, A. (2015). *El Plan Estratégico de Comunicación: método y recomendaciones prácticas para sua elaboración*. Barcelona, Spain: Editorial UOC.
- Censos, I. N. (2010). *Inec*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Conan Doyle, A. (2012). *Introducción al plan estratégico*. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de santos.
- Fresno Chávez, C. (2018). *¿Son eficientes las redes sociales?* Córdoba, Argentina: El Cid Editor.
- i Serrano, K. M. (2018). *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación vol. 1 Un modelo de planificación estratégica paso a paso*. Barcelona, Spain: Editorial UOC.
- Lozada Díaz , J. C., Preciado Hoyos , Á., & Guzmán Ramírez, H. (2013). *Usos y prácticas de comunicación estratégica en las organizaciones*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Lucas Marín, A. (2012). *Lanueva comunicación*. Madrid, Spain: Editorial Trotta, S.A.
- Marcela, O. V. (2020). *“DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA EL GOBIERNO*. Ibarra.
- Pan, G. M. (Marzo de 2021). <http://elpan.gob.ec/>. Obtenido de <http://elpan.gob.ec/>: <https://elpan.gob.ec/historia/>
- Publishing, M. (2007). *El plan de negocios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Quero, J. (6 de septiembre de 2018). *raiola networks*. Obtenido de <https://raiolanetworks.es/m>
- Ramón, T. A., & Gutama, M. A. (2015). *CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE RELACIONES*. Cuenca.
- Reinaldo, L. J. (2013). *Diseño, Estrategia y gestión*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Sabater Quinto, F. (2017). *Planificación estratégica de la comunicación en redes sociales*. Barcelona, Spain: Editorial UOC.
- Vanegas, J. C. (Marzo de 2021). Actualización del PDOT del cantón El Pan. *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento* . El Pan, Azuay, Azuay.
- Zayas Aguero, P. M. (2012). *La comunicación interpersonal* . Malaga, Argentina: B - EUMED.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### Encuesta desarrollada a los funcionarios

 UNIVERSIDAD POLITÉCNICA  
**SALESIANA**  
ECUADOR

**ENCUESTA CANTÓN EL PAN**

¡Gracias por responder a esta encuesta! que tiene como finalidad conocer su opinión sobre la gestión y los procesos de comunicación que se desarrollan en el Municipio del cantón El Pan.

Le pedimos que responda con la mayor sinceridad del caso, además le recordamos que esta encuesta es anónima.

1. ¿Cuenta el Municipio con un Plan de Comunicación?  
*No existe plan alguno.*

2. ¿Considera importante la comunicación dentro del GAD?  
*La comunicación siempre será primordial para fortalecer el compañerismo y buen desarrollo de actividades.*

3. ¿La información que usted difunde llega a su público de manera adecuada?  
*No siempre en virtud de no contar con los implementos necesarios.*

5. ¿Cómo es su relación con su jefe inmediato?  
*Muy buena se mantiene una relación de compañerismo.*

6. Escriba alguna sugerencia para mejorar el ambiente laboral en su lugar de trabajo.  
*Se puede elaborar un Plan de Comunicación acorde a la realidad municipal.*

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

30

## ANEXO 2

Encuesta aplicada a los funcionarios del Gad. Municipal del Cantón El Pan.



ANEXO 3

Encuesta desarrollada a la población

 UNIVERSIDAD POLITÉCNICA  
**SALESIANA**  
ECUADOR

**ENCUESTA CANTÓN EL PAN**

¡Gracias por responder a esta encuesta! que tiene como finalidad conocer su opinión sobre la gestión y los procesos de comunicación que se desarrollan en el Municipio del cantón El Pan.

Le pedimos que responda con la mayor sinceridad del caso, además le recordamos que esta encuesta es anónima.

1.- ¿Escriba el nombre del Alcalde del cantón El Pan?  
.....  
*Ricardo Bolo*

2.- ¿Conocen algún proyecto que esté realizando el Municipio en el Cantón?  
.....  
*No*

3.- ¿Mencione el nombre de 3 Directores departamentos del GAD municipal?  
.....  
*No se*

4.- ¿Señale el nombre de un director departamental del Municipio?  
.....  
*No*

5.- ¿Tiene internet en su hogar?  
Si.....  
No.....  
*No*

6.- ¿Señale las redes sociales que usted maneja?  
Facebook.....  
Twitter.....  
Whatsapp.....  
Tik tok.....  
Youtube.....

7.- ¿Cuánto tiempo al día dedica para revisar sus redes sociales?  
.....  
*30 min*

8.- ¿Con qué frecuencia escuchan o mira la radio, tv y prensa y cuáles son los nombres de estos medios?  
.....  
*A veces lo radio Semilla de Bden*

9.- ¿Porque medio se enteran de las actividades que realiza el municipio?  
.....  
*Por radio*

10.- ¿Escriba una recomendación o sugerencia para el Sr. Alcalde?  
.....  
.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

1

#### ANEXO 4

Encuesta aplicada a la población del Cantón El Pan.

