



POSGRADOS

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DIGITAL

RPC-SO-30-No. 505-2019

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

PROYECTOS DE DESARROLLO

TEMA:

DISEÑO Y EJECUCION DE UN PLAN DE
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA
EL GAD PARROQUIAL DE LLACAO

AUTORA:

MARÍA FERNANDA BERMEO CUZCO

DIRECTOR:

MIRIAM GIOCONDA BELTRÁN NARVÁEZ

CUENCA – ECUADOR

2023

Autora:**María Fernanda Bermeo Cuzco**

Licenciada en Comunicación Social.

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

mferbermeo21@gmail.com

Dirigido por:**Miriam Gioconda Beltrán Narvárez**

Licenciada en Ciencias de la Información.

Máster en Docencia con mención en Educomunicación.

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 e investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

2023 © Universidad Politécnica Salesiana.

CUENCA – ECUADOR – SUDAMÉRICA

MARÍA FERNANDA BERMEO CUZCO

Diseño y ejecución de un plan de comunicación estratégica para el GAD parroquial de Llaoca

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado sin duda alguna a mis padres Fernando y Digna, quienes han sabido apoyarme en todo momento, darme la mano y guiarme siempre a tomar las mejores decisiones, ellos me han enseñado el verdadero valor de lucha y el esfuerzo para poder conseguir nuestros objetivos.

A mis hermanos; Mayra, Verónica y Diego, por estar siempre presentes ya que ellos han vivido junto a mí los mejores años de mi vida y la culminación de este proyecto, no es la excepción. Siempre anhelaré que cada uno de ellos lleguen aún más lejos y consigan cada uno de sus objetivos planteados, tanto a nivel personal como profesional.

Y finalmente no me quiero olvidar de esas personas que llegaron a mi vida y se han ganado un lugar importante dentro de ella, impulsándome a seguir adelante, a no desistir en este arduo camino para que de esa manera pueda culminar esta meta.

AGRADECIMIENTO

En la realización de este proyecto quiero agradecer infinitamente a mi tutora de tesis la MSC. Miriam Gioconda Beltrán Narváez, quien ha dedicado su tiempo y me ha impartido sus conocimientos y enseñanzas para la ejecución de este trabajo.

De igual manera un agradecimiento a la Universidad Politécnica Salesiana y sus docentes, quienes compartieron anécdotas, enseñanzas y experiencias, permitiendo una mejor visión a nuestra carrera profesional.

Así mismo no puedo olvidarme, extender mi profundo agradecimiento al Gad Parroquial de Llacao, lugar que me brindó la oportunidad de compartir mis conocimientos y de esa manera apoyar al desarrollo de la parroquia que resido. De igual manera al Arq. Walter Quito, presidente de la Junta Parroquial y a sus autoridades y personal administrativo, quienes me hicieron sentir parte del equipo de trabajo de dicha administración.

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen	9
2. INTRODUCCION	11
CAPÍTULO I	12
3. MARCO CONTEXTUAL.....	12
3.1 La parroquia de Llacao.....	12
3.2 Presidentes de la junta parroquial del GAD de Llacao	13
3.3 Misión	13
3.4 Visión.....	14
3.5 Objetivos	14
3.6 Población, hombres y mujeres	14
3.7 Autoridades que pertenecen al GAD Parroquial de Llacao	15
3.8 Medios que utiliza el GAD Parroquial de Llacao para difundir información ...	16
CAPÍTULO II	23
4. MARCO METODOLÓGICO.....	23
4.1 Metodología utilizada	23
4.2 Planteamiento del problema	24
4.3 Justificación.....	25
4.4 Objetivos	25
4.4.1 Objetivo general	25
4.4.2 Objetivos específicos	25
4.5 Herramientas de investigación	26
CAPÍTULO III	28
5. MARCO TEÓRICO	28
5.1 La comunicación	30
5.2 Comunicación Interna.....	31
5.3 Comunicación Externa	33
5.4 Comunicación organizacional	36
5.5 Elementos de la comunicación organizacional.....	36
5.6 Comunicación digital.....	38
5.7 Redes sociales, una nueva forma de comunicación.....	41

5.8	Las fake news en las redes sociales	42
CAPÍTULO IV.....		44
6.	LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	44
6.1	Antecedentes	44
6.2	Análisis FODA de la Junta Parroquial de Llaaco	46
6.3	Determinación de públicos del GAD de Llaaco.....	49
6.4	Entrevista al presidente del GAD parroquial de Llaaco, Arq. Walter Quito	50
6.5	Encuestas realizadas a las principales autoridades de la Junta Parroquial del GAD de Llaaco.....	53
6.5.1	¿Cómo considera el clima laboral dentro de la institución?	53
6.5.2	Como miembro de la Junta Parroquial, ¿cree que es considerado para la toma de decisiones de la institución?	54
6.5.3	¿Qué temas socializaría con el señor presidente para el desarrollo y el bien común de la parroquia? Mencione tres temas.	55
6.5.4	¿La comunicación con el presidente y las demás autoridades, ha sido efectiva?	56
6.5.5	¿Conoce los objetivos planteados por el Gad Parroquial? de ser así mencione uno de ellos.	57
6.5.6	¿Tiene conocimiento de la misión y visión de la institución?	58
6.5.7	¿A través de que medio le gustaría recibir información de la institución? 59	
6.5.8	¿Cree usted que la comunicación brindada por la institución es fluida y clara? 60	
6.5.9	Desde su perspectiva, ¿cree usted que existe trabajo en equipo dentro de la institución?	61
6.5.10	¿Siente que sus opiniones son tomadas en cuenta?.....	62
6.6	Resultados de las encuestas realizadas a los moradores de las diferentes comunidades pertenecientes a la parroquia de Llaaco	63
6.6.1	Mencione el nombre del presidente del Gad parroquial de Llaaco:.....	64
6.6.2	¿Conoce el nombre de las autoridades del Gad parroquial de Llaaco?... 66	
6.6.3	¿Conoce los proyectos que realiza el Gad parroquial de Llaaco?	67
6.6.4	¿Considera usted que los servicios brindados por la institución son óptimos para la parroquia?	68
6.6.5	¿Conoce usted la imagen o logotipo que representa el Gad parroquial de Llaaco? 70	
6.6.6	¿En qué horario se conecta con más frecuencia y mayor tiempo a internet y a las redes sociales?.....	71
6.6.7	¿Conoce usted los medios de comunicación digital que hoy en día son utilizados para la difusión de información?	72

6.6.8	¿Conoce usted la página oficial del Gad Parroquial de Llacao, en las redes sociales como medio de comunicación digital?	73
6.6.9	¿Considera usted que la información difundida por el Gad parroquial es veraz y transparente?	74
6.6.10	¿A través de que medio de comunicación digital le gustaría conocer las noticias y actividades realizadas por la institución? Señale las que crea conveniente.	76
CAPÍTULO V.....		84
7	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN	84
7.1	Estrategias de comunicación	84
7.2	CRONOGRAMA.....	92
7.3	Presupuesto	94
8	ACTIVIDADES CUMPLIDAS	95
9	Conclusiones.....	107
10	Recomendaciones.....	109
11	Bibliografía.....	110
12	ANEXOS.....	112
1.	Entrevista al presidente del GAD parroquial de Llacao, Arq. Walter Quito. .	113
2.	Fotografía de la entrevista al presidente del GAD parroquial de Llacao, Arq. Walter Quito.	114
3.	Encuesta aplicada a los vocales y funcionarios del Gad Parroquial de Llacao. 115	
4.	Fotografía de la encuesta aplicada a los vocales y funcionarios del Gad Parroquial de Llacao.	116
5.	Encuesta aplicada a la población de la Parroquia de Llacao.	117

DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICO PARA EL GAD PARROQUIAL DE LLACAO

AUTOR:

◀(MARÍA FERNANDA BERMEO CUZCO)▶

1. RESUMEN

El trabajo denominado Diseño y Ejecución de un Plan de Comunicación Estratégico para el GAD Parroquial de Llacao, pretende brindar alternativas para un correcto manejo de la comunicación de la institución, para que de esa manera exista una mejor relación entre las autoridades actuales del Gad con la población perteneciente a la parroquia de Llacao.

Se realizó una investigación profunda en los diferentes conceptos de la comunicación, también se abordaron temas relacionados con los distintos medios digitales que serán utilizados a lo largo de la ejecución del plan comunicativo, esto para el beneficio tanto de la institución como de la población de la parroquia de Llacao.

A través de un diagnóstico se pudo conocer las dificultades y problemas comunicacionales por los que atraviesa la institución, dificultades que han sido identificadas por la máxima autoridad, el Arq. Walter Quito, presidente de la Junta Parroquial, quien a través de una entrevista dio a conocer sus opiniones y puntos de vista. En tanto a la comunicación externa para poder saber las inquietudes de los pobladores se realizó una encuesta en donde participaron 120 personas pertenecientes a cuatro comunidades de Llacao, de acuerdo a esos resultados se partió para la realización del plan de comunicación que tiene como objetivo potenciar la imagen del Gad Parroquial de Llacao, a través de los medios digitales que hoy en día predominan en nuestra sociedad y de esa manera crear vínculos de confianza con los pobladores de la parroquia.

Palabras clave

Llacao

Comunicación

Información

Plan estratégico

Medios digitales

Abstract

The work called Design and execution of a strategic communication plan for the Llacao Parish GAD, aims to provide alternatives for correct management of the institution's communication, so that in this way there is a better relationship between the current authorities of the Gad with the population belonging to the parish of Llacao.

An in-depth investigation was carried out on the different concepts of communication, issues related to the different digital media that will be used throughout the execution of the communication plan were also addressed, this for the benefit of both the institution and the population of the institution. parish of Llacao.

Through a diagnosis, it was possible to know the difficulties and communication problems that the institution is going through, difficulties that have been identified by the highest authority, Architect Walter Quito, president of the Parish Council, who through an interview gave know their opinions and points of view. Regarding external communication, in order to know the concerns of the residents, a survey was carried out in which 120 people belonging to four communities of Llacao participated; According to these results, we started to carry out the communication plan that aims to enhance the image of the Gad Parish of Llacao, through the digital media that predominate today in our society and in this way create links of trust with the residents of the parish.

Keywords

Llacao

Communication

Information

Strategic plan

Digital media

2. INTRODUCCION

Las nuevas tecnologías se han impuesto en el medio en el que vivimos de tal manera que se han vuelto necesarias para poder alcanzar los objetivos planteados de entidades, instituciones y empresas en general. A medida que ha pasado el tiempo la implementación del internet ha ido avanzando a pasos agigantados, con el fin de posicionar una imagen o una marca.

Para la correcta difusión de información se necesita generar contenido de calidad de acorde a la línea en la que se está trabajando y así poder atraer un público en específico. También se necesita credibilidad para así poder transmitir confianza a nuestros usuarios.

El plan de comunicación estratégico que será implementado para el GAD parroquial de Llaqueo, contempla la elaboración de contenido de interés para la sociedad y moradores de la parroquia y de esta manera hacer crecer la aceptación de las misma, siempre trabajando para el bien común de la parroquia.

CAPÍTULO I

3. MARCO CONTEXTUAL

La comunicación y la expresión son un derecho de todas las personas (Organización de Naciones Unidas, 1948), la que refuerza el hecho de que todos los moradores y comunidades pertenecientes a la parroquia de Llacao deben tener accesibilidad sin inconveniente alguno, pues la presencia de medios de comunicación digitales hoy en día es necesaria ya que la comunicación externa está orientada a mostrar los valores de la institución a la sociedad.

En la administración del GAD parroquial de Llacao en lo que compete al área comunicacional, podemos deducir que no se cuenta con un plan estratégico de comunicación, tal es el caso que en este ámbito, la difusión de los proyectos, trabajos realizados por los moradores, obras realizadas por las autoridades de turno han sido difundidas a través de las redes sociales de la institución de manera nula y poco participativa con contenido poco profesional y de manera básica que no capta la atención del público y no brinda una buena imagen a los usuarios y comunidad en general.

El buen manejo y la utilización de los medios de comunicación digitales de las instituciones deben ser fundamentales para crear una relación de confianza entre las autoridades y la audiencia. Para eso es necesario contar con personal capacitado y recursos necesarios para la realización del trabajo comunicacional oportuno para obtener resultados positivos.

3.1 LA PARROQUIA DE LLACAO

Historia

Llacao es una parroquia perteneciente a la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, se encuentra ubicada al noreste de la misma, limitando al norte con la parroquia Solano, al

sur con la parroquia Nulti, al este con Javier Loyola y al oeste con las parroquias de Ricaurte y Sidcay.

En un inicio la parroquia de Llaeo pertenecía a la jurisdicción parroquial urbana del Batán hasta que en los primeros 30 años del siglo anterior se adjudicó como parroquia rural independiente.

El nombre de la parroquia Llaeo, se deriva de la palabra llacar que significa desprender y del sustantivo Kau que se señala a los choclos secos que están a punto de caerse, por lo que Llaeo significaría según la página oficial del Gad de Llaeo, es el desprendimiento de choclos, del maíz en época de cosecha.

3.2 PRESIDENTES DE LA JUNTA PARROQUIAL DEL GAD DE LLACAO

Juan Moisés Quito Calle 1996 – 2000

José Ángel Quizhpe 2000 - 2005

Washington Saul Siavichay Peralta 2005 – 2009

Wilson Giovanni Culcay Siavichay 2009 – 2013

Víctor Miguel Peralta Cobos 2014 – 2019

Wilson Giovanni Culcay Siavichay 2019 – 2023

Walter Leonardo Quito Peralta 2023 – 2027

3.3 MISIÓN

Durante la administración actual la Junta Parroquial de Llaeo tiene como misión, llevar a cabo el desarrollo equilibrado sostenible y sustentable de sus comunidades enmarcado en sus competencias y encaminado a lograr el buen vivir de su población.

3.4 VISION

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Llacao, en los próximos años tiene que ser una entidad conforme a lo que dispone el Código de Ordenamiento Territorial, con planificación e infraestructura propia que permita brindar sus servicios de manera eficaz y eficiente, en la que su población tenga condiciones de salud, educación, vivienda, vialidad y medio ambiente aceptables y fortalezca sus valores humanos, culturales y espirituales; con servicios básicos de buena calidad, a su población a fin de superar sus niveles de pobreza y lograr una sociedad solidaria, justa y democrática.

3.5 OBJETIVOS

Determinar y establecer en forma clara y precisa, la estructura orgánica y funcional, como elemento base para el cumplimiento de los objetivos y metas institucionales.

Dar una adecuada y veraz utilización de los recursos destinados al personal administrativo, operativo y técnico de la Institución, mediante una planificación y programación coherente, con la finalidad de cumplir con las necesidades parroquiales para la comunidad.

Definir mecanismos óptimos de coordinación y comunicación interna, para alcanzar metas y objetivos propuestos por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Llacao a favor de la institución y de la parroquia en general, y, fomentar el cuidado del medio ambiente.

Racionalizar los recursos humanos, financieros y materiales, para una mejor presentación de servicios al usuario, como contribución al progreso, en su responsabilidad de liderar el desarrollo socioeconómico parroquial.

3.6 POBLACIÓN, HOMBRES Y MUJERES

Los datos son tomados de la página oficial de CONAGOPARE, Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales de la Provincia del Azuay.

AREA # 010156	LLACAO		
Grandes grupos de edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	833	817	1650
De 15 a 64 años	1473	1773	3246
De 65 años y más	181	265	446
Total	2487	2855	5342

Fuente: PAGINAWEB OFICIAL CONAGOPARE

3.7 AUTORIDADES QUE PERTENECEN AL GAD PARROQUIAL DE LLACAO

ADMINISTRACIÓN 2023 - 2027

PRESIDENTE

Arq. Walter Leonardo Quito Peralta

VOCAL 1 (Comisión económico productivo y medio ambiental productivo)

Sra. Fabiola Quizhpi

VOCAL 2 (Comisión de infraestructura y asentamientos humanos)

Dr. Fernando Contreras

VOCAL 3 (Comisión de vialidad)

Sra. Miriam Llivisaca

VOCAL 4 (Comisión social y cultura)

Sra. Rosa Cabrera

Personal administrativo

SECRETARIA – TESORERA

Ing. Paola Mora

Técnico de infraestructura

Arq. Ernesto Ortega

Técnico de vialidad

Ing. Marco Anguisaca

Técnico ambiental

Ing. Ambiental Maribel Saldaña

3.8 MEDIOS QUE UTILIZA EL GAD PARROQUIAL DE LLACAO PARA DIFUNDIR INFORMACIÓN

El Gad Parroquial de Llacao, cuenta con una Fan Page en la red social de Facebook, denominada “Gobierno Parroquial de Llacao GAD 23 - 27” que cuentan con 219 me gusta y 503 seguidores. En la página oficial de la administración se da a conocer las actividades, proyectos y comunicados.

FIGURA 1



Gobierno Parroquial de Llacao GAD 23 - 27

219 Me gusta · 503 seguidores

Te gusta

Enviar mensaje

Buscar

Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llacao.

FIGURA 2

Detalles
Cuenta oficial del Gobierno parroquial de Llacao, Administración 2023 - 2027

Página · Sitio web de noticias y medios de comunicación

Llacao, Cuenca, Ecuador

099 340 7261

waltrqp@gmail.com

Todavía sin calificar (0 opiniones)

Publicaciones Filtros

Gobierno Parroquial de Llacao GAD 23 - 27
19 de septiembre a las 20:17 ·

Cumplimos la Propuesta 🙌
Vamos por un Llacao ordenado...
Continuamos con el proceso de construcción del REGLAMENTO QUE NORMA LA ADMINISTRACION DE LOS CEMENTERIOS DE LLACAO mediante procesos participativos, conjuntamente con las directivas de las comunidades Lourdes y Zhiquir ..
[#seguimossuamando](#)
[#portillacao](#)



9 1 comentario 4 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir


Escribe algo...

Blasco Guzhñay
Sres. Gobierno Parroquial de Llacao GAD 23 - 27 por favor TAPEN los huecos de la vía principal de Llacao. Sector Barrio La Unión, sector la Dolorosa. Sector La Arboleda. Si no hay pavimento para parchar los baches, por lo menos tapen con lastre. Hagan... [Ver más](#)

Me gusta Responder 2 d

Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llacao.

FIGURA 3

 Gobierno Parroquial de Llaico GAD 23 - 27

Me gusta Responder 3 d

Detalles
Cuenta oficial del Gobierno parroquial de Llaico, Administración 2023 - 2027

Página · Sitio web de noticias y medios de comunicación


Llaico, Cuenca, Ecuador

099 340 7261


waltrqp@gmail.com

Todavía sin calificar (0 opiniones)


Fotos [Ver todas las fotos](#)



Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más · Meta © 2023

Gobierno Parroquial de Llaico GAD 23 - 27
4 c · 

VACACIONES 2023 🥰
Te contamos que el Gobierno parroquial de Llaico en coordinación con [Acción Social Municipal Cuenca](#) realizó la Colonia vacacional "El Capullo", en donde nuestras niñas y niños disfrutaron mientras desarrollaban manualidades, pintura, baile y full actividades concluyendo con una excursión al Pachamama donde jugaron volaron cometas, bailaron y por supuesto terminaron compartiendo la pampa mesa ...
Muchas gracias a todos quienes apoyaron para que este evento se realice 🙌🙌



13 4 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llaico.

Cuentan con un sitio web con la siguiente dirección <https://gadllacao.gob.ec/azuay/>, aquí se detalla cada sección con su información tales como; datos generales, historia, símbolos parroquiales, división política, instituciones, ubicación geográfica y autoridades.

FIGURA 4



Fuente: Página web oficial del Gad Parroquial de Llacao.

También se puede observar la publicación de las rendiciones de cuenta de cada año de la administración de turno y publicación de las obras realizadas, existe una sección de noticias en donde la última noticia fue subida el 31 de enero de 2017.

FIGURA 5



Fuente: Página web oficial del Gad Parroquial de Llaeo.

También cuentan con una sección de Turismo, brindando información de lugares y comunidades de la parroquia.

FIGURA 6



Fuente: Página web oficial del Gad Parroquial de Llaeo.

FIGURA 7**Planicie del Pachamama**

Esta planicie se encuentra localizada, en el límite con la provincia del Cañar. Contiene un área de 72 hectáreas, cuenta con una carretera de acceso al lugar, desde la plaza central de Llaqueo hasta este paradisíaco sitio hay 800 mts de distancia. En el se encuentra la colina más elevada de nuestra parroquia, con 2780 mts. Sobre el nivel del mar. Desde esta planicie se puede contemplar, especialmente la noche, la ciudad de Cuenca en todo su esplendor.

Algo más queremos hablar de este hermoso lugar turístico. Las ruinas arqueológicas de Pachamama, fueron reportadas por primera vez en el "Informe sobre la investigación de un sector del camino incaico", por parte de los investigadores Jorge Guamán, Jaime Idrovo y JhonHyslop, quienes en febrero de 1981, escribieron:

"Subiendo a Pachamama (desde Llaqueo), un poco más al norte, se encontró el camino empedrado y con abundante cerámica de superficie. El mismo pasa junto a una planicie en donde se pudo constatar la presencia de cimientos confusos, que no permitieron confirmar su configuración".

Fuente: Página web oficial del Gad Parroquial de Llaqueo.

CAPÍTULO II

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1 METODOLOGÍA UTILIZADA

Para llevar a cabo este plan de comunicación se aplicó una metodología mixta. Por un lado, la metodología cualitativa permitió conocer, a través de entrevistas semiestructuradas, las preocupaciones e inquietudes de los moradores de la parroquia de Llaqueo; conocer sus opiniones y así partir de las necesidades para poder obtener información más profunda que ayude a implementar de manera correcta las estrategias de comunicación y la utilización adecuada de los medios digitales.

De igual manera con una entrevista al presidente de la junta parroquial, se pudo conocer las deficiencias y puntos débiles en cuanto a comunicación que se maneja dentro de la institución.

Se empleó además la metodología cuantitativa. A través de encuestas se pudo determinar las inquietudes más frecuentes de las personas que pertenecen a las diferentes comunidades de la parroquia, las cuales mostraron su preocupación por la deficiente comunicación que existe en el Gad Parroquial de Llaqueo. Así mismo se encuestó a los vocales de la junta parroquial, lo que permitió conocer sus opiniones y desde ese punto partir con las estrategias de comunicación interna. El fin de esta propuesta es que las personas y moradores que forman parte de las comunidades pertenecientes a la parroquia puedan recibir la misma información a través de los medios que se manejan, que todos puedan estar al tanto de los sucesos. Se abordará temas para conocer la relación de las comunidades con las autoridades del Gad, si existe una comunicación continua entre ambas partes, si la información se recibe de manera transparente y fluida.

Para mejorar la comunicación se analizaron las herramientas digitales por las cuales se ha transmitido todo tipo de información y de manera oportuna con los conocimientos obtenidos se enfatizó y trabajó cuidadosamente en el manejo de las mismas para que el

mensaje de la administración tenga un mejor alcance y así poder potencializar y mejorar la comunicación interna y externa del Gad parroquial, donde se establecieron estrategias, prácticas y herramientas de evaluación a nivel comunicativo.

Lo expuesto anteriormente ayudó a la administración no solo a mantener una buena imagen ante la sociedad, sino también a mantenerla informada de manera correcta y transparente, creando un ambiente de confianza en donde todos serán participes ayudando a la parroquia a darse a conocer a nivel local dentro de la ciudad de Cuenca, teniendo en cuenta que las plataformas digitales son esenciales para la comunicación.

4.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A lo largo de las administraciones en la Junta Parroquial del GAD de Llacao, han existido autoridades que han tratado de velar por el bienestar de los moradores pertenecientes a la misma, a través de proyectos y actividades sociales que beneficien a las comunidades.

Cuando hablamos del tema relacionado a la comunicación, lamentablemente el GAD Parroquial no ha contado con un profesional de la misma, siendo esto una preocupación, no solo para las autoridades actuales, sino también para los moradores de las diferentes comunidades que pertenecen a la parroquia Llacao. Dentro de la rama comunicacional existen varios puntos débiles en esta administración, al no ser manejada por una persona preparada en la profesión de la comunicación, la información y contenidos difundidos a través de los pocos medios digitales que la junta maneja, son contenidos de baja calidad en la cual no se puede apreciar lo que realmente tratan de comunicar, lo cual esto confunde a los usuarios. También la socialización de proyectos y actividades no son difundidas de manera correcta ya que los mismos no llega a todas las comunidades, pues existen personas que no tienen conocimiento de los beneficios de la Junta Parroquial.

A través del plan estratégico de comunicación, lo que se busca es transmitir la información y comunicación de manera efectiva, tanto a los públicos internos como

externos, realizar un trabajo objetivo y neutro para que todas las comunidades se sientan identificadas y beneficiadas por la parroquia y la Junta Parroquial de Llacao.

4.3 JUSTIFICACIÓN

El plan estratégico de comunicación busca desarrollar una mejor difusión de información y acontecimientos que se suscitan dentro de la parroquia no solo hacia los moradores de la misma si no hacia el público en general a través de medios digitales, tomando en cuenta que hoy en día son una herramienta de comunicación necesaria ya que la mayoría de empresas o instituciones manejan perfiles en RR.SS para así poder llegar de manera rápida y eficaz hacia la audiencia.

La difusión de información oportuna de las actividades y hechos que se desarrollen en la parroquia a través de las RR.SS o medios digitales, es una manera actualizada de hacerlo, teniendo en cuenta que en su mayoría los habitantes de la parroquia poseen un teléfono celular o dispositivo electrónico, por lo que en su mayoría tendrán acceso a la información y actividades realizadas o por realizarse por parte de la administración.

Para la correcta información se debe tomar en cuenta la comunicación constante entre el departamento de comunicación y las autoridades para que esta sea difundida de manera correcta a través de los diferentes medios de comunicación.

4.4 OBJETIVOS

4.4.1 OBJETIVO GENERAL

Plantear un plan de comunicación para el GAD parroquial de Llacao, a través de diferentes medios de comunicación digitales.

4.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Difundir la información y trabajo del GAD parroquial de Llacao a través de productos comunicacionales y redes sociales de manera continua.

2. Dar a conocer a la comunidad y público en general las actividades a realizarse de los eventos y celebraciones.

3. Resaltar los valores de la administración actual, a través de las distintas comunicaciones que se emitan.

4.5 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Las herramientas de investigación se trabajaron con una entrevista semiestructurada al presidente del Gad Parroquial de Llaico, el Arq. Walter Quito, llevándose cabo de manera presencial, realizando un total de 10 preguntas con relación al aspecto comunicacional dentro de la institución.

Por otro lado, se empleó la encuesta como herramienta para obtener información de parte de los miembros de la Junta Parroquial y la población. La encuesta se realizó en dos momentos, el primer momento a ocho miembros de la junta; cuatro de ellos son vocales y los cuatro restantes son personal técnico y administrativo, la encuesta estaba compuesta por 10 preguntas que corresponden al aspecto comunicacional y relaciones humanas para poder constatar la relación entre los miembros de la Junta Parroquial. También existe un segundo momento, donde la población también es tomada en cuenta a través de una encuesta que consta de 10 preguntas, vale indicar que en este caso se aplicó un muestreo por conveniencia de la siguiente forma; se realizaron las encuestas a 120 personas de las diferentes comunidades pertenecientes a la parroquia, entre ellas consta la comunidad de Zhiquir, siendo esta una de las comunidades más antiguas de Llaico. Así mismo se realizó las encuestas a las personas que residen en el centro parroquial de Llaico, ya que ellas palpan más de cerca el trabajo que realizan las autoridades.

Se tomó también en cuenta a la comunidad de Challuabamba, caserío que cuenta con la segunda institución educativa más grande de la parroquia y por último la comunidad de Cruz Loma, que se encuentra situado en la Panamericana Norte, cerca de la empresa

PETROECUADOR, se tomó en cuenta esta comunidad ya que en ocasiones suele existir dificultades con la empresa antes mencionada, en temas de salud y movilidad.

Las preguntas fueron abiertas y cerradas, ya que en el caso de las preguntas abiertas los encuestados tanto moradores y autoridades del Gad tuvieron la oportunidad de responder con sus propias palabras y expresar su punto de vista, mientras que las preguntas cerradas tuvieron en su mayoría los encuestados, existió la opción de elegir y seleccionar una sola respuesta. Vale indicar que el cuestionario fue validado en un grupo focal de 10 personas, escogidas con base a un muestreo a conveniencia.

CAPÍTULO III

5. MARCO TEÓRICO

El presente proyecto se basó en la Teoría Crítica, ya que este juega un papel importante en los medios de comunicación que a su vez estos serán utilizados para informar a las comunidades pertenecientes a la parroquia.

La Teoría Crítica nace en la escuela de Frankfurt en el año de 1923 y estuvo conformada por varios investigadores; entre ellos, Max Horkheimer, quien fue el que formuló por primera vez esta teoría y en la que señala que dentro de una sociedad que presente problemas o dificultades, las soluciones deben ser las adecuadas para todo tipo de situación, pone en primera línea a la sociedad, considerándola un lugar idóneo para el hombre, la cual no puede ser destruida por el mismo y también al ser humano o las personas que conforman una comunidad, quienes deben ser tratadas todas de la misma manera y justa. Es por eso que la teoría crítica debería enfocarse “más que tratar de interpretar, debiera poder transformar el mundo”. (Rosales, 2017)

Jurgen Habermas, es considerado uno de los máximos representantes que conformaban la escuela de Frankfurt, la comunicación y la democracia. En lo comunicativo plantea que el lenguaje debe buscar el entendimiento, tener argumentos al momento de expresar algo y saber escuchar a las demás personas para entablar una comunicación efectiva permitiendo de esta manera establecer normas y que las mismas sean respetadas. Lo mismo debe suceder en el diálogo entre dos o más personas, nadie puede sobreponerse ante la opinión del otro y mucho menos cerrarse al diálogo ya que de esta manera estaremos rompiendo todo tipo de comunicación, esto explica que los habitantes de la parroquia sean participes interactuando de manera continua a través de los medios digitales y también sean críticos cuando las situaciones no se manejen de la mejor manera.

Si bien la relación entre teoría crítica y comunicación organizacional es relativamente nueva esta desde sus inicios a estado guiada con la idea de tener un campo de análisis que vaya más allá de los planteamientos que hace Grunig, y lo que busca es

realizar una aproximación sociocultural a esta área de la comunicación, esto es la razón por la que su difusión y su impacto sean limitados. El análisis que se propone desde la teoría crítica hace énfasis en la historiografía y el concepto del poder que puede ser manejado o motivado a través de la comunicación organizacional (Manrique, 2023).

Este trabajo se basa también en la Teoría de los Efectos, que consiste en enviar mensajes o información a través de los diferentes medios de comunicación y este a su vez cause un efecto en el público receptor, esta teoría logró que ciertos medios manejen de forma más racional la información, eso quiere decir que siempre se debe informar con total veracidad.

Harold Lasswell, fue el promotor de la Teoría de los Efectos de los medios de comunicación en el año de 1948, en el cual nos explica como los medios de comunicación se comportan ante diferentes situaciones de la sociedad. Aquí se considera que el mensaje que va a ser transmitido debe ser codificado con total responsabilidad para que el receptor reciba la información con total claridad y este llegue en óptimas condiciones. De tal manera Álvarez (2012) indica que:

Del mismo modo, los individuos dejan de considerarse elementos aislados de la masa.

Ahora, se piensa en los individuos como actores sociales con opiniones y actitudes propias. Individuos que viven insertos en grupos (formales e informales) con una cosmología, relativamente homogénea, que también influye en la disposición individual a la hora de evaluar cualquier tipo de mensaje proveniente de los medios de comunicación de masas (p. 4).

En este sentido los medios de comunicación deben ser considerados como un canal de conexión participativa entre gobiernos y ciudadanos. Hoy las nuevas tecnologías hacen que todo tipo de información circule de manera rápida, en donde la gran mayoría de la ciudadanía accede sin constatar lo obtenido desde la comodidad de sus equipos tecnológicos. El deber de los medios es comunicar con objetividad, entregar información

completa, detallada y de fácil entendimiento para la parte interesada, cuando se haga cumplir lo establecido, la ciudadanía tendrá la libertad de ser participe y aportar para el bien de sus intereses.

Hoy en día las plataformas digitales, principalmente a través de las redes sociales, se han convertido en un punto inicial para la comunicación entre instituciones ya sean estas públicas o privadas con los individuos que conforman una sociedad o comunidad, ya que estos a través de mensajes persuasivos tienen la posibilidad de influir en la toma de decisiones de las personas.

Dentro de esta teoría de los efectos, encontramos los efectos poderosos y efectos limitados. Denominamos a los efectos poderosos cuando una propaganda o publicidad influyen de manera directa en la audiencia para apoyar o ir en contra de una toma de decisión y los efectos limitados es en donde al individuo se le considera una persona selectiva, es decir que tiene la capacidad para seleccionar la información e interpretar el mensaje y las ideas que se emite.

En el Gad Parroquial de Llaqueo, la aplicación de las teorías mencionadas, a través del plan de comunicación, propiciarán una mejor convivencia entre las autoridades y las comunidades, realizando una comunicación responsable y educativa, de la misma manera brindar una información correcta y veraz en la que se podrá crear lazos de confianza entre las mismas.

5.1 LA COMUNICACIÓN

La comunicación dentro de la sociedad es uno de los factores más importantes para el desarrollo de la humanidad, ya que es una habilidad que nos diferencia de los animales y hemos sido los únicos que la hemos podido desarrollar. A través de ella para poder comunicarnos con los demás ha existido diferentes formas de hacerlo, ya sea mediante símbolos, signos, códigos y palabras que a su vez nos han permitido poder compartir mensajes entre sí, de tal manera “que la comunicación es un proceso de interacción y de

intercambio de mensajes entre dos o varias personas con la finalidad de alcanzar determinados objetivos” (Agüero, 2012, p. 11).

En el proceso de comunicación existen interacción, intercambio de ideas, una relación entre seres humanos que va más allá de las palabras, es esa conexión entre dos o más personas que dan a conocer sus diferentes puntos de vista, es por eso que “el cuerpo, los gestos, los colores, las imágenes, los silencios y hasta la distancia entre las personas comunican algo y significan algo para la cultura que comparten” (Pedranti, et al. 2019, p. 24).

A día de hoy cuando hablamos de comunicación sabemos que es de suma importancia tanto para la sociedad como para las empresas ya sean estas públicas o privadas ya que desde ahí parte la buena relación entre las personas pertenecientes a cada entidad con sus trabajadores y lo más importante, la relación de confianza entre la institución y la sociedad, para eso la comunicación debe ser manejada de manera minuciosa y responsable para que los mensajes emitidos puedan ser captados y entendidos por los emisores.

5.2 COMUNICACIÓN INTERNA

Toda entidad o institución privada o pública tiene la necesidad de contar con un departamento de comunicación pues este se ha convertido en una herramienta esencial de cada empresa, ya que hoy en día es valorada como algo de suma importancia para obtener una buena imagen y reputación de las marcas.

Años atrás un departamento de comunicación no era del todo una área de influencia dentro de una empresa pues en su mayoría se han tomado el atrevimiento de realizar los trabajos relacionados a dicho departamento por parte de personas ajenas a la profesión de la rama en comunicación, siendo algo que no ha sido del todo solucionado ya que aún existen instituciones que no cuentan con un departamento de comunicación estable ya sea este por falta de personal y por falta de apoyo económico, es por eso que Cuenca y Verazzi (2020), indican que “la comunicación interna es una de las capacitaciones

imprescindibles del perfil del profesional de la comunicación” (p. 21), pues toda empresa debe priorizar la comunicación interna y cada una de ellas estar convencidas de que esta es sumamente necesaria para el desarrollo de las mismas.

Uno de los principales requisitos que debe existir dentro de la comunicación interna es que cada uno de los profesionales, empleados y personas relacionadas a una institución, se sienta identificados con la marca a la que representan, mostrando siempre los valores de dicha organización.

Añadiendo otro objetivo de la comunicación interna, tenemos también el monitoreo de la información y comunicación dentro de una institución, una de sus principales tareas es de suma importancia, pues estos son los encargados de manejar las páginas en línea o redes sociales de la empresa con la finalidad de hacer una investigación minuciosa y de esta manera llegar a los consumidores con información obtenida de dicho monitoreo a través de una previa planificación y análisis, que a su vez permite la toma de decisiones rápidas y precisas para la consecución de los objetivos.

Bustinduy (2012), nos indica que en una organización todo el personal de los diferentes departamentos tienen todo el derecho de ser participativos en las tomas de decisiones siempre y cuando estos sean para el bien de la institución y para eso la comunicación eficiente entre los miembros de una empresa será el pilar fundamental para su desarrollo, pero es de suma importancia conocer a cada uno de ellos y sus funciones a desempeñar para que de esa manera exista un intercambio de información correcta y eficaz.

El trabajo en equipo será el motor para el buen trabajo de las empresas, que estén rodeadas de personas inteligentes y profesionales comprometidos con expandir su talento y tener las capacidades adecuadas para obtener los resultados que su organización anhela, estar siempre en constante aprendizaje y ayudar a los futuros profesionales de la comunicación, por esta razón; Roca, et al. (2014), señalan que:

Se trata de mecanismos que no solo deben conseguir una articulación funcional de tareas y roles mediante recursos formales de la organización, sino también lograr la integración óptima de los miembros, a partir de su socialización, acorde al contenido de las normas organizacionales (p. 27).

La comunicación interna está conformada por los colaboradores de la organización para brindar un buen servicio, aquellos deben estar actualizados de acorde a la demanda que establece este mundo globalizado para poder interactuar entre si hoy en día tenemos al alcance las nuevas tecnologías que nos acercan más a los colaboradores de cada empresa.

De esta manera la comunicación interna une a todas las áreas de la organización, pero está diseñada para incrementar la colaboración entre departamentos y así trabajar en equipo, donde se pueda gestionar proyectos, actividades recreativas entre colaboradores, optimizando la comunicación entre empleados para el cumplimiento de los objetivos planteados por la institución (Scidata, 2022).

Para lograr los resultados dentro de una organización, se debe de hacer cambios en la forma de comunicación, pues, se debe utilizar los medios que se adecuen a cumplir la misión y visión de la empresa, lo que, permitirá que los resultados se vean reflejados por la eficiencia del colaborador.

Hoy en día se está en un cambio constante en lo que compete a la comunicación y todos los profesionales de la rama comunicacional deben estar preparados para ello, es por eso que una organización debe tener sus objetivos definidos y trabajar en conjunto por una comunicación comprensiva y eficiente.

5.3 COMUNICACIÓN EXTERNA

Cuando se habla de comunicación externa, de inmediato se nos viene a la mente los clientes o usuarios que consumen algún tipo de producto, marca o información, de alguna empresa u organización en particular esta comunidad.

En este sentido la comunicación externa es parte fundamental de una organización ya que a través de ella se transmiten, difunde y recibe todo tipo de mensajes y datos que son de suma importancia y el correcto manejo de la misma dependerá de cómo la sociedad aprecie su imagen. Es por eso que la relación con los públicos debe crear experiencias positivas e inolvidables, teniendo en cuenta que “el objetivo no es otro que conseguir vínculos fuertes con cada uno de ellos, por lo que estas experiencias son forma de contacto que sirven para construir la marca” (Sánchez & Pintado, 2010, p. 24).

Vale mencionar que, cada organización establecerá sus estrategias de comunicación para poder llegar a su público específico y estos a su vez tendrán la posibilidad de seleccionar los medios adecuados dependiendo al público que vaya dirigido. Es por eso que Álvarez y García (2021), nos indica que: “La comunicación externa es aquella en la que la empresa intercambia mensajes con el exterior, ya sean clientes, proveedores, otras instituciones o con la sociedad en general” (p. 42).

En la actualidad existen varias formas que podemos comunicarnos con los públicos, en los últimos años han aumentado las herramientas para la difusión de diferente tipo de información siendo estos a través de medios de comunicación digitales y tradicionales.

Las nuevas formas de comunicación deben ser innovadoras con acciones que permitan mejorar la reputación de una marca y estas sean de gran aceptación por parte del público.

Las nuevas tecnologías se han impuesto en el medio en el que vivimos de tal manera que se han vuelto necesarias para poder alcanzar los objetivos planteados por parte de las marcas, instituciones y empresas en general.

A medida que ha pasado el tiempo la implementación del internet ha ido avanzando a pasos agigantados, con el fin de posicionar una imagen o una marca. Con estas nuevas tecnologías las organizaciones, en su mayoría han tenido la oportunidad de crear vínculos

con sus empleados y miembros de sus empresas, tanto como de su público y sociedad en general.

En el proceso de la evolución tecnológica, las nuevas herramientas han permitido que las organizaciones puedan interactuar de manera rápida y sencilla con sus clientes o usuarios, la importancia de las plataformas digitales para el correcto desarrollo de la comunicación externas también ha servido para que los usuarios puedan interactuar entre sí para intercambiar información, experiencias y conocimientos, que estas a su vez pueden ser recíprocas, teniendo siempre una comunicación clara y efectiva.

Esta comunicación permite a los usuarios estar activos ya que ellos también tienen la capacidad de producir contenido e información y de la misma manera permiten compartir experiencias que a su vez animan a que las demás personas quieran vivir esas mismas experiencias, pues las emociones de los usuarios también se pueden ver reflejadas a través de la forma en que reciben la información.

Para una correcta comunicación externa con nuestros públicos, también es necesario contar con un plan de estrategias de marketing, tal como indica Polo (2015), que están no solo en el mejoramiento del producto, sino también en mantener las relaciones de fidelidad con los consumidores y de esa manera conseguir acciones dinámicas con los mismos ya que son ellos los que mantienen a la marca o empresa en carrera competitiva con las demás.

También el buen manejo y gestión de las mismas mantendrán a sus clientes, usuarios, consumidores y personal motivados y conectados, siendo un factor importante para las marcas y organizaciones para expandirse ya que el entorno está en constante cambio.

5.4 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Como indica Rodríguez (2008), la comunicación organizacional es “la totalidad de mensajes que se intercambian entre los miembros de una organización y entre esta y su entorno” (p. 35).

Dentro de una empresa debe existir una comunicación eficaz y esta a su vez debe hacerse tanto al interior como al exterior de las mismas y para ello debe existir estrategias comunicativas que sigan un proceso adecuado para la realización de la correcta difusión de los mensajes, contenidos de información y también que los valores establecidos por las organizaciones sean transmitidos con la finalidad de que las relaciones sean sólidas y que la imagen de marca sean vistas con respeto y confianza.

Este tipo de comunicación es parte fundamental de toda entidad, pues esta es necesaria para que los públicos internos y externos puedan interactuar de manera fluida con las partes interesadas.

Dentro del entorno de una organización para establecer vínculos y que los resultados sean notorios, la comunicación es primordial dentro de ella. “Se comunica para actuar y para generar acciones, según la intención de quien habla, lo que significa que este debe controlar tanto el lenguaje verbal como el no verbal para que la respuesta sea la esperada, y no otra diferente” (Murillo, et al. 2017, p. 41). De esta manera para fomentar las buenas relaciones sociales, toda información que sea transmitida por parte de las empresas debe determinar un contexto adecuado para la difusión de los mensajes para que los receptores puedan comprender lo establecido en dicho mensaje, pues este tendrá un alcance tal y como sea la intención de las organizaciones.

5.5 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

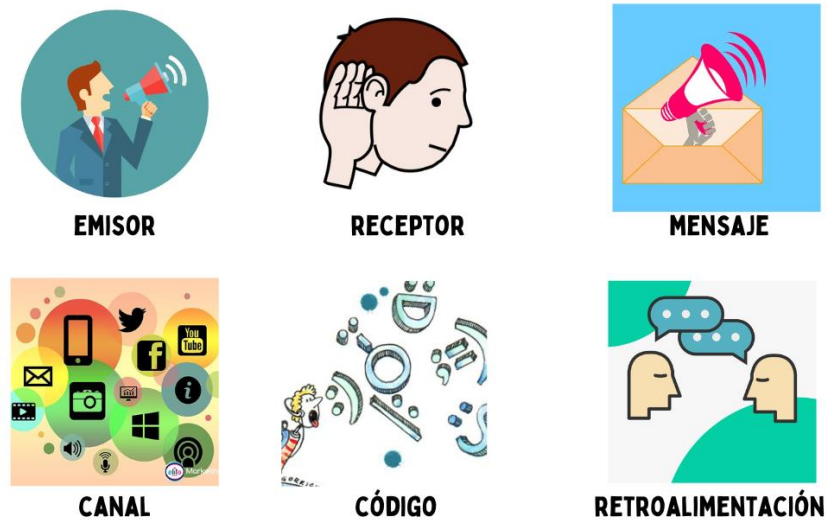
Los elementos que forman parte de una comunicación organizacional son fundamentales, estos permiten mejorar de manera notable la efectividad comunicativa dentro de una organización permitiendo que todo tipo de información fluya de manera apropiada.

Los elementos que intervienen para que el proceso de comunicación sea el correcto, son los siguientes:

- Emisor: es en donde empieza el proceso de comunicación y se origina el mensaje para que de esa manera se pueda crear la difusión del mismo. Dentro de la comunicación organizacional las autoridades quienes presiden las empresas serán los emisores.
- Receptor: dentro de una organización quienes reciban el mensaje serán los colaboradores y miembros de la misma y de la misma manera el público en general.
- Mensaje: es el contenido que se quiere transmitir con un cierto objetivo.
- Canal: es el medio por el cual se circulará el mensaje establecido por el emisor, este puede ser de manera física o a través de medios digitales, en este caso a través de las redes sociales.
- Código: es el lenguaje que se usa para transmitir el mensaje, dentro de una organización tendrán su propio lenguaje que sea entendible con el público.
- Retroalimentación: son las respuestas que se producen entre receptores hacia los emisores basándose en el mensaje que ha sido transmitido.

Figura 8

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN



Fuente. Realizado por la autora.

Todos estos elementos, cuando son utilizados de manera adecuada con mensajes claros y definidos de manera correcta, el entorno o público estará satisfecho con una comunicación efectiva, es decir todo aquel que difunda un mensaje o información debe estar sumamente preparado y conocer detalladamente del tema de lo que se va a hablar y difundir para que de esa manera se genere una respuesta adecuada por parte de los receptores.

5.6 COMUNICACIÓN DIGITAL

La comunicación ha pasado por varios procesos para poder obtener la relación entre emisor y receptor, que a día de hoy se tiene la implementación de la tecnología que sin lugar a duda vino para quedarse y es por ello que la sociedad debe de adaptarse a ella. Las nuevas tecnologías han permitido a las marcas y empresas llegar a sus consumidores o público específico de manera directa y rápida siempre y cuando el manejo sea de manera correcta.

La forma en la que nos relacionamos con la implementación de las nuevas tecnologías ha sido de cambios constantes, esto no solo en el aspecto personal sino también en los aspectos sociales y empresariales, dicho esto debemos tener en cuenta que todas las organizaciones deben estar capacitadas para la gestión de las nuevas comunicaciones digitales ya que estas serán las aliadas a la marca a quienes representan.

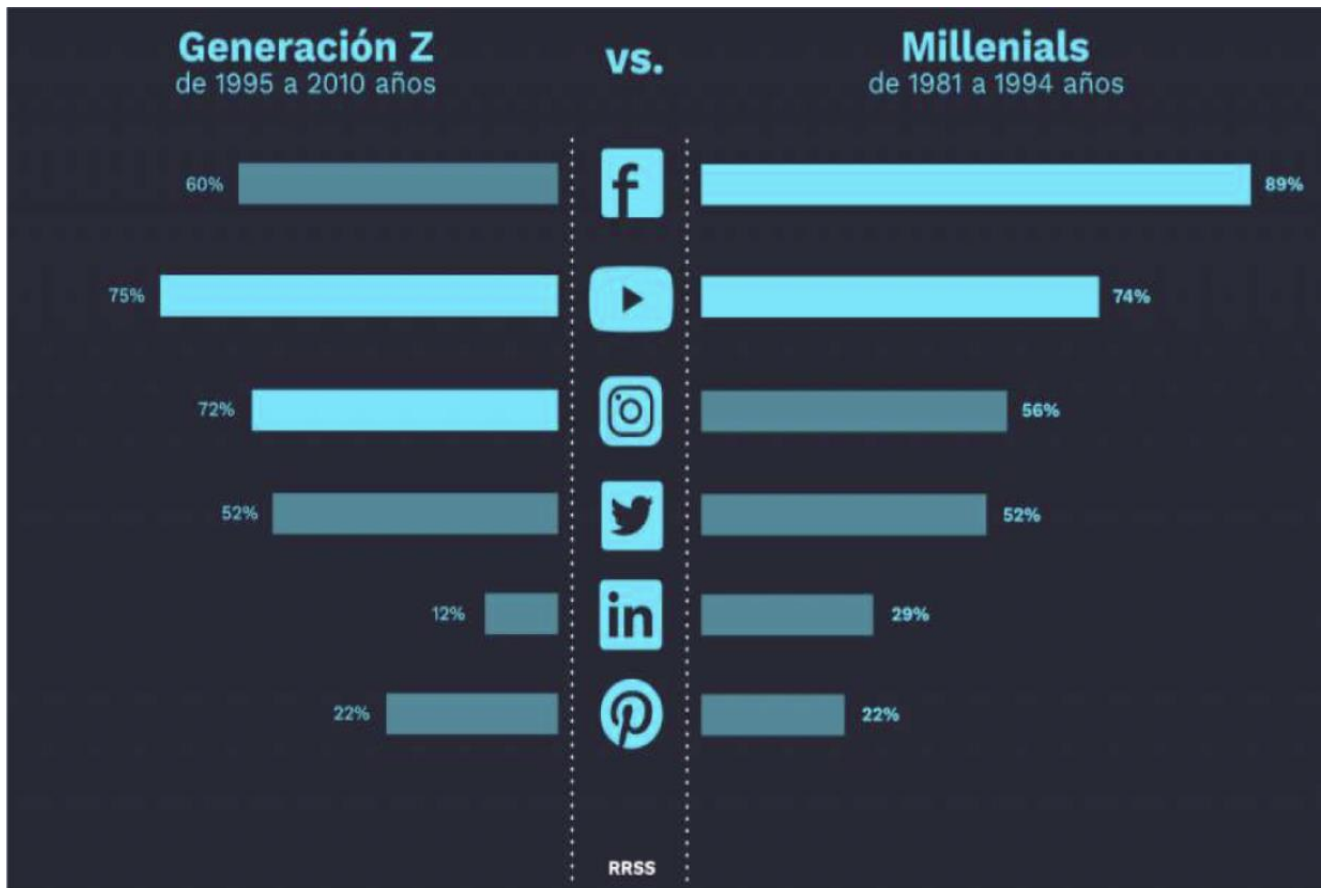
Las nuevas tecnologías han permitido el almacenamiento de gran cantidad de información no solo en computadoras, como la mayoría lo hacía, sino que con la llegada de los teléfonos celulares inteligentes han permitido no solo guardar información importante, sino que también se ha convertido en una herramienta importante para la creación de contenido publicitario para dichas empresas, ya sea de contenido visual, fotográfico y audiovisual. Es por eso que Gabelas y Lazo, nos indican que: “Este entorno vincula relaciones más allá del espacio y del tiempo, sin coordenadas, es multisensorial y conjunta formatos, géneros, soportes y contenidos” (p. 27).

La comunicación digital ha facilitado la relación entre las personas ya que esta permite relacionarse en tiempo real a través de diferentes canales de comunicación mediante plataformas digitales, en este caso las redes sociales son un claro ejemplo de comunicación digital, entre ellas están las más conocidas que son; Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, WhatsApp y Tik Tok. A través de estas redes se puede difundir información de contenido fotográfico y audiovisual.

La digitalización en la sociedad está siendo dominada por las nuevas generaciones, pues ellas son las que están creciendo en este entorno digital y principalmente son a ellos a quienes está dirigido todo tipo de información ya que esta generación es la que está a la par del uso de dispositivos electrónicos, es importante mencionar que existen redes sociales que son las que predominan en el uso de la generación Z y de los Millenials.

Figura 9

Las redes más usadas por la generación Z



Fuente. Las redes más utilizadas por la generación Z. (Parras & Álvarez , 2022, p. 11)

Con la llegada de las Nuevas Tecnologías de la Información (TIC's), ha revolucionado la vida de los seres humanos en la cual se ha tenido que afrontar nuevos retos, aprender nuevos conocimientos, esto debido al avance de manera rápida de la tecnología en la que todos como seres humanos se está en la obligación de seguir esos cambios para poder estar a la par con la sociedad que nos rodea. "En este caso no estaríamos precisamente en una sociedad moderna que asimila y acepta el cambio, sino en un tipo de orden social muy particular, en el que el cambio es necesario y se procura como un recurso valioso" (Urresti et al. 2015, p. 15).

El teléfono celular se ha convertido en algo necesario para el ser humano, es por eso que el manejo de la comunicación a través del móvil se ha convertido y ha sido de manera directa entre emisor y receptor ya que el teléfono celular siempre estará acompañando al individuo permitiéndolo estar conectado con su entorno en la mayoría de su tiempo.

5.7 REDES SOCIALES, UNA NUEVA FORMA DE COMUNICACIÓN

Con la llegada de la tecnología se han implementado varias herramientas y formas de comunicación, entre ellas, las que más impacto han generado dentro del mundo en el que vivimos son las redes sociales, quienes han alcanzado gran número de usuarios ya que dentro de ellas existe la mayor concentración de información de todo lo que sucede a nuestro alrededor en tiempo real, esto ha permitido que las redes sociales se posicionen como medios de comunicación y difusión más relevantes en nuestro entorno. “El consumo de internet aumenta cada año y el público está constantemente conectado y ello motiva que cada vez se consuma más contenido de forma online” (Sains Sánchez , 2021, p. 34).

Dentro de este contexto las redes sociales se han convertido en los principales actores para la circulación de información pues en los últimos años han transformado la movilidad de la misma. Esto apunta a que la información digital seguirá creciendo y seguirá siendo de las formas de comunicación más representativas y utilizadas por la sociedad, tenemos que tener en cuenta que ahora son más las empresas, instituciones, organizaciones y entidades que empiezan a depender de estas plataformas digitales y redes sociales, siendo una alternativa para poder conectarse con sus públicos y usuarios ya que a través de ellas se puede compartir texto, imágenes y videos.

La circulación y difusión de información por parte de las redes sociales dentro de los espacios digitales han generado total impacto en los usuarios, estas a medida de como los usuarios vayamos utilizando las redes sociales, nos segmentan el tipo de información que consumimos de acuerdo al contenido que visualizamos, todo esto se debe a la información que otorgamos nosotros como usuarios cuando entregamos nuestros datos al momento de crearnos un perfil en dichas redes ya que el acceso a ellas es gratuito y de manera fácil.

Por mucho que el acceso que nos ofrecen las redes sociales sea de manera fácil que nos permite comunicarnos con los demás, corremos el riesgo de que todo lo que compartamos en internet deje de ser privado, pues existen personas que son las que están encargadas de manejar las diferentes plataformas son las que tendrán acceso a todos nuestros datos y por ello sabrán lo que nos gusta, nos disgusta, lo que compartimos y con quienes interactuamos en la mayoría de nuestro tiempo.

Es por eso la razón antes expuesta que Ribero y Pedreros (2018), destacan que cuando accedemos a la información de manera rápida es un arma de doble filo, ya que esto obliga a que la información que consumimos entre en una estricta revisión de la manera en la que ha sido producida ya que existe la posibilidad que la credibilidad entre en riesgo y se ponga en duda lo difundido.

5.8 LAS FAKE NEWS EN LAS REDES SOCIALES

Como bien se sabe, en la actualidad existen términos que han ido ganando terreno en nuestra sociedad, es por eso que Amorós (2018), nos señala que las fake news se trata de difundir información falsa que están siendo creadas para entrometerse entre la sociedad con el objetivo de ser noticias y este a su vez ser esparcido tratando de engañar y desinformar siempre con fines que beneficien a quienes las crean.

Aquellas personas que comparten y difunden fake news y otro tipo de noticias falsas, lo hacen con el objetivo de desinformar y con el fin de beneficiarse personalmente y creando conclusiones erróneas en los usuarios que acceden a ellas.

Dentro de las redes sociales y plataformas digitales todos quienes la utilizan están a un clic de interactuar y compartir información con un sin número de personas en distintas ubicaciones geográficas creando así lazos de comunicación “con el objetivo de resultar eficaces y permitir captar la atención de los usuarios, los mensajes transmitidos a través de estos medios han de adaptarse al contexto en que son transmitidos” (Rodrigo, 2022, p. 34).

Las nuevas formas en las que se informa han permitido que las famosas fake news dentro del campo de la comunicación se viera afectado, con el avance tecnológico todo tipo de información, en este caso información falsa o engañosa tienden a viralizarse de manera rápida siendo así que en cuestión de segundos dicha información está en nuestras manos, siendo que este contenido puede tratarse de rumores y mentiras, haciéndose pasar como verdaderas.

En este sentido se debe tomar en cuenta algunas características para poder identificar información falsa, es importante tomar en cuenta ciertos detalles como; tener en cuenta en donde se publica dicha información o contenido, quien es el autor de las noticias, investigar de manera minuciosa de donde salen dichos datos e información, verificar siempre que sean fuentes verídicas, asegurarse que otras cadenas o sitios de información también compartan la misma información. Estar al tanto de que el contenido difundido no sea alterado, ya sea contenido fotográfico o audiovisual, revisar que estos contenidos acompañen al contexto de las noticias y verificar que las fechas estén actualizadas para así no confundir a las audiencias.

CAPÍTULO IV

6. LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

6.1 ANTECEDENTES

El Gad parroquial de Llaao, al no contar con un departamento o profesional de la comunicación, se ha dificultado manejar los temas comunicativos y al no existir una correcta planificación, ha causado malestar en los moradores que sienten que la información no llega de manera fluida y clara, lo cual no se consideran beneficiados por la institución.

La junta parroquial cuenta con autoridades que tienen que velar por el bienestar de sus moradores y comunidades. Lamentablemente tras los resultados obtenidos en las (encuestas en este caso la mayoría son alejadas de la parroquia), unos pocos conocen el nombre del presidente del Gad, existen encuestados que incluso nombraban a la autoridad de la administración anterior, teniendo un desconocimiento total por quienes son gobernados y de la misma manera son pocas las personas que conocen a los vocales, quienes son los encargados de ejecutar los proyectos para el beneficio no solo del centro parroquial sino también de todas las comunidades pertenecientes a Llaao.

El único canal de información brindado por el Gad de parroquial, es una página de Facebook, el manejo de la misma es poco creativa y poco llamativa, la cual aún no se encuentra reconocida por los moradores, habitantes y público en general.

De igual manera, la imagen del Gad parroquial tampoco es reconocida por el público externo, esto lo evidenciamos en las encuestas realizadas a los moradores que pertenecen al centro parroquial de Llaao y demás moradores pertenecientes a las diferentes comunidades de la parroquia, estas son; Zhiquir, Challuabamba y Cruz Loma.

Ahora con la nueva administración, presidida por el Arq. Walter Quito, se ha creado una nueva imagen que será la que le represente durante su mandato.

Figura 10



Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llacao.

De acuerdo con la entrevista con el señor presidente, siendo la máxima autoridad, reconoce que dentro del Gad es necesario la creación de un plan de comunicación y este a su vez sea dirigido por un profesional de la rama.

Las autoridades que pertenecen a la actual administración reconocen la misión y visión de la institución, también reconocen los objetivos planteados y se sienten comprometidos con cumplirlos para el bien común de la parroquia ya que el trabajando en equipo es y será fundamental y así fomentara la unidad entre las comunidades.

El Gad, se encuentra en la ejecución de proyectos, los cuales la mayoría de habitantes de la parroquia y moradores de las diferentes comunidades no se enteran de

aquellos, ya que la socialización y difusión se han dificultado al momento de difundir, en ocasiones lo publican en su página de Facebook y hay que recordar que no todos los moradores saben de la existencia de la misma.

Como nueva administración tienen la oportunidad de manejar de manera correcta la comunicación tanto interna como externa, utilizar las herramientas adecuadas para tratar de llegar a todas las comunidades pertenecientes a la parroquia y a su vez generar confianza con la gente y empezar a construir una imagen corporativa, en la cual la comunidad se sienta beneficiada por los servicios brindados por la junta parroquial de Llacao.

6.2 ANÁLISIS FODA DE LA JUNTA PARROQUIAL DE LLACAO

Para la realización del análisis FODA, se ha tomado en cuenta toda la información recolectada anteriormente con las encuestas y entrevistas a autoridades y moradores de la parroquia de Llacao, en donde hemos podido analizar ciertos aspectos relacionados a la comunicación de la institución, tanto interna como externa, en ella se menciona las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

- **Fortalezas**

- El presidente del Gad Parroquial muestra total interés en la creación de un departamento de comunicación o la contratación de un profesional de la misma.
- Existe buen ambiente laboral en el cual el personal administrativo y técnicos se sienten comprometidos con la institución y la parroquia.

- **Oportunidades**

- Llacao, siendo una parroquia rural tiene muchas cosas que ofrecer a través de la comunicación, como la creación de contenido y es en lo cultural, gastronómico y turístico
- Gracias a las nuevas tecnologías y realizando el buen uso de las mismas, se logrará llegar de manera oportuna al público objetivo, en este caso a los moradores de la parroquia.

- Adquiriendo los equipos comunicativos necesarios se logrará la creación de contenido de calidad.
- Conocimiento por parte del público de la existencia de los medios de comunicación digitales, como nuevas formas de informar.
- La población está abierta a recibir información a través de los medios digitales y redes sociales de las actividades y proyectos que serán ejecutados por parte del Gad parroquial.

- **Debilidades**

- El Gad parroquial de Llaeo, no cuenta con un profesional en la comunicación, por lo que los posteos en redes sociales y medios digitales son realizados por personas ajenas a la profesión comunicativa.
- Dentro de la institución no cuentan con un departamento de comunicación.
- No existe una correcta planificación ni un plan de comunicación para el manejo de la misma.
- Las actividades y proyectos son publicados en una sola red social (Facebook) y lo hacen una vez a la semana.
- El Gad no cuenta con los equipos profesionales para la realización contenido audiovisual y multimedia.

- **Amenazas**

- El Gad parroquial de Llaeo, como institución no es reconocido por su imagen o logo.
- Lamentablemente la información no llega a todos los moradores de las diferentes comunidades de la parroquia, lo cual estas no se sienten beneficiadas de los servicios brindados por parte del Gad.
- Existen páginas en la red social Facebook con el nombre de la institución, confundiendo así al público beneficiario.
- La mayoría de los moradores desconocen la existencia de la página oficial que pertenece al Gad parroquial.

FIGURA 11

ANÁLISIS FODA			
F	O	D	A
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El presidente del Gad Parroquial muestra total interés en la creación de un departamento de comunicación o la contratación de un profesional de la misma. • Existe buen ambiente laboral en el cual el personal administrativo y técnicos se sienten comprometidos con la institución y la parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llacao, siendo una parroquia rural tiene muchas cosas que ofrecer a través de la comunicación, como la creación de contenido y es en lo cultural, gastronómico y turístico. • Gracias a las nuevas tecnologías y realizando el buen uso de las mismas, se logrará llegar de manera oportuna al público objetivo, en este caso a los moradores de la parroquia. • Adquiriendo los equipos comunicativos necesarios se logrará la creación de contenido de calidad. • Conocimiento por parte del público de la existencia de los medios de comunicación digitales, como nuevas formas de informar. • La población está abierta a recibir información a través de los medios digitales y redes sociales de las actividades y proyectos que serán ejecutados por parte del Gad parroquial. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gad parroquial de Llacao, no cuenta con un profesional en la comunicación, por lo que los posteos en redes sociales y medios digitales son realizados por personas ajenas a la profesión comunicativa. • Dentro de la institución no cuentan con un departamento de comunicación. • No existe una correcta planificación ni un plan de comunicación para el manejo de la misma. • Las actividades y proyectos son publicados en una sola red social (Facebook) y lo hacen una vez a la semana. • El Gad no cuenta con los equipos profesionales para la realización contenido audiovisual y multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gad parroquial de Llacao, como institución no es reconocido por su imagen o logo. • Lamentablemente la información no llega a todos los moradores de las diferentes comunidades de la parroquia, lo cual estas no se sienten beneficiadas de los servicios brindados por parte del Gad. • Existen páginas en la red social Facebook con el nombre de la institución, confundiendo así al público beneficiario. • La mayoría de los moradores desconocen la existencia de la página oficial que pertenece al Gad parroquial.

Fuente: Realizado por la autora.

6.3 DETERMINACIÓN DE PÚBLICOS DEL GAD DE LLACAO

Definir los públicos a quienes va dirigido las diferentes estrategias comunicativas, es un punto importante de partida para la elaboración de un plan de comunicación, teniendo en cuenta que una correcta planificación se obtendrá resultados positivos y así establecer una relación amigable y de confianza con el público al que irá dirigido y de esta manera determinaremos los públicos estratégicos:

PUBLICO INTERNO	PUBLICO EXTERNO
Vocales del Gad Parroquial	Moradores de las diferentes comunidades de la parroquia Llacao.
Técnicos del Gad Parroquial	Presidentes y representantes de las diferentes comunidades.
Personal administrativo, limpieza y promotores sociales.	Medios de comunicación digitales que pertenezcan a la parroquia.
	Emprendedores de diferentes negocios y pequeñas microempresas.
	Padres de familia que apoyan la realización de colonias vacacionales para sus hijos.
	Jóvenes y adolescentes que pertenecen a la parroquia Llacao.

A continuación de la información del GAD de Llaqueo, se recopilaron los datos necesarios para la realización de un plan de comunicación. Se realizó una entrevista personal con el presidente de la junta parroquial y de la misma manera, de forma presencial, se realizaron las respectivas encuestas a las autoridades que conforman la institución.

Seguidamente se presentan los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a las principales autoridades del Gad parroquial, la misma que está conformada por cuatro vocales principales y tres del personal administrativo. Estos datos serán presentados a través de tablas y gráficos.

6.4 ENTREVISTA AL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE LLACAO, ARQ. WALTER QUITO

1. ¿El Gad Parroquial de Llaqueo, cuenta con un Plan de Comunicación?

De acuerdo a la primera pregunta el Arq. Walter Quito nos señala que el Gad Parroquial de Llaqueo, no cuenta con un plan de comunicación, considerando una deficiencia que tiene la institución.

2. ¿Cuenta la institución con un canal oficial para la distribución de la información comunicación?

La institución como tal, cuenta con una página web oficial que la actual administración la esta re potenciando, ya que en ella se deberá de cargar toda la información que compete al Gad Parroquial. Así mismo nos menciona que las redes sociales son determinantes para difundir información, por lo cual cuentan también con una página oficial en Facebook.

3. ¿Qué opina señor presidente de las redes sociales del Gad parroquial, cree que son necesarias para el desarrollo de las diferentes actividades a realizarse dentro de ella?

De acuerdo al Arq. Walter Quito, considera que las redes sociales hoy por hoy son bastante necesarias siendo los principales medios de comunicación que está

repartida entre la mayoría de la población y esta a su vez no requieren una gran inversión económica para la institución.

4. ¿Considera que las redes sociales del Gad Parroquial de Llacao son manejadas de manera oportuna?

Como administración nueva hay varios temas de enfoque y uno de ellos es la comunicación y de esa manera direccionar al personal adecuado para que la información difundida por parte de la institución sea revisada, confirmada y validada para que la misma pueda servir a los usuarios.

5. ¿Qué valores cree que deben promover la nueva Junta Parroquial? Esto para poder seguir una línea comunicacional y estar siempre apegados a los objetivos de la institución.

Cuando hablamos de valores, el Arq. Walter Quito nos menciona que netamente la junta parroquial tiene líneas de ejes que en esta nueva gestión administrativa quisieran implementar y que están enfocadas en promover temas ambientales, productivos y temas de desarrollo turístico y cultural de la parroquia de Llacao.

6. Ud., como presidente de la junta, que tipo de temática le gustaría manejar y que tipo de mensajes le gustaría dar a los moradores de toda la parroquia?

De acuerdo a la temática, como presidente de la junta parroquial señala que el manejo comunicacional le gustaría que sea de manera amigable con la comunidad, que se maneje de manera clara y accesible para la misma. Así mismo el tipo de mensaje que quisieran como transmitir como institución es el desarrollo de la parroquia con una planificación oportuna, mostrando así que la planificación va enfocada en la conservación de los recursos de la parroquia y teniendo de esa manera una planificación amigable con el medio ambiente.

7. ¿Cree usted que el Gad Parroquial cuenta con los equipos y medios necesarios para realizar una óptima comunicación?

En la administración actual presidida por el Arq. Walter Quito, nos menciona que la institución como tal no cuenta con los equipos necesarios para poder desarrollar una comunicación adecuada, a pesar de que las redes sociales sean las principales herramientas de comunicación del Gad, como máxima autoridad está consciente que se necesita del equipo humano y técnico para desarrollar una información de buena calidad y de la misma manera abarque las actividades y proyectos que el Gad desee mostrar hacia la parroquia y comunidad en general.

8. ¿Cómo considera la comunicación externa de la institución, cree que llega de manera adecuada a los moradores y público en general?

Como gobierno parroquial, el señor presidente manifiesta que la comunicación externa es un serio problema, ya que la información aun no llega de manera adecuada a las personas que habitan dentro de la parroquia, a pesar de la utilización de los medios de comunicación digitales como las redes sociales siempre existe deficiencias puesto que existen moradores que no conocen las herramientas de comunicación antes mencionadas. Ahora como nueva administración se están enfocando en llegar a todas las comunidades pertenecientes a la parroquia de Llaoca utilizando las herramientas necesarias de comunicación y de esta manera promocionar las redes y canales oficiales de la institución.

9. ¿La información y actividades realizadas por el Gad Parroquial, son socializadas de manera oportuna?

Por temas de ley, cuando se va a implementar un proyecto es de carácter obligatorio los procesos de socialización y estos a la vez deben ser llevados de la mejor manera, ya sean obras de infraestructura, programas o proyectos de carácter social.

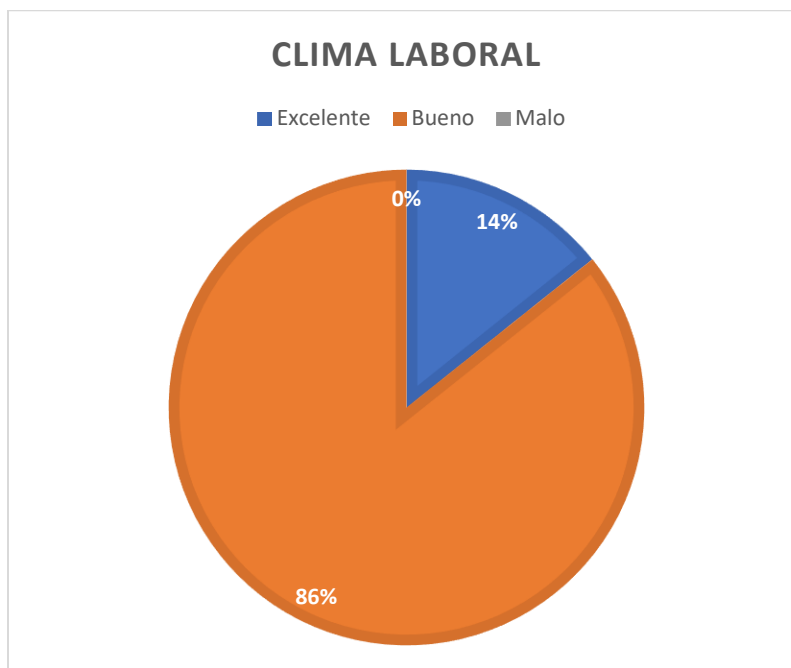
10. Como máxima autoridad del Gad Parroquial de Llaeo, ¿considera que la institución debe contar con un profesional de la comunicación?

A criterio personal del señor presidente del Gad parroquial de Llaeo, considera necesario implementar una dirección de comunicación dentro de la institución porque es la base principal para que la parroquia se desarrolle de la mejor manera, ya que si la información llega a su destinatario de manera correcta y adecuada esta generará que los proyectos o programas que se estén desarrollando sigan el camino correcto y a su vez no se vea entorpecida debido a malas interpretaciones de lo que se proceda a realizar.

6.5 ENCUESTAS REALIZADAS A LAS PRINCIPALES AUTORIDADES DE LA JUNTA PARROQUIAL DEL GAD DE LLACAO

6.5.1 ¿CÓMO CONSIDERA EL CLIMA LABORAL DENTRO DE LA INSTITUCIÓN?

FIGURA 12

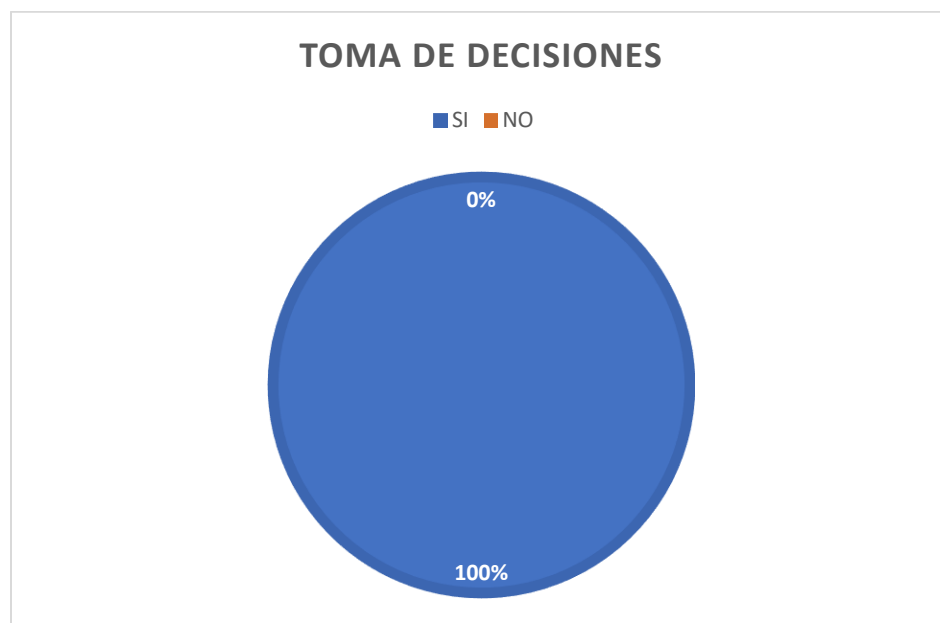


Fuente: Realizado por la autora.

De acuerdo a las encuestas realizadas al personal administrativo y demás autoridades principales, pudimos conocer que una sola persona señaló que el clima laboral dentro de la institución considera de manera excelente ya que percibe que dentro de ella existe apoyo entre los compañeros, mientras que el resto del personal contestó que el clima laboral es bueno ya que en su mayoría considera que este siendo una administración nueva están en el proceso de entablar nuevas relaciones laborales con sus compañeros y tener la suficiente confianza de relacionarse y de esa manera buscar el bien de la parroquia a través de los proyectos que están próximos a ejecutarse.

6.5.2 COMO MIEMBRO DE LA JUNTA PARROQUIAL, ¿CREE QUE ES CONSIDERADO PARA LA TOMA DE DECISIONES DE LA INSTITUCIÓN?

FIGURA 13



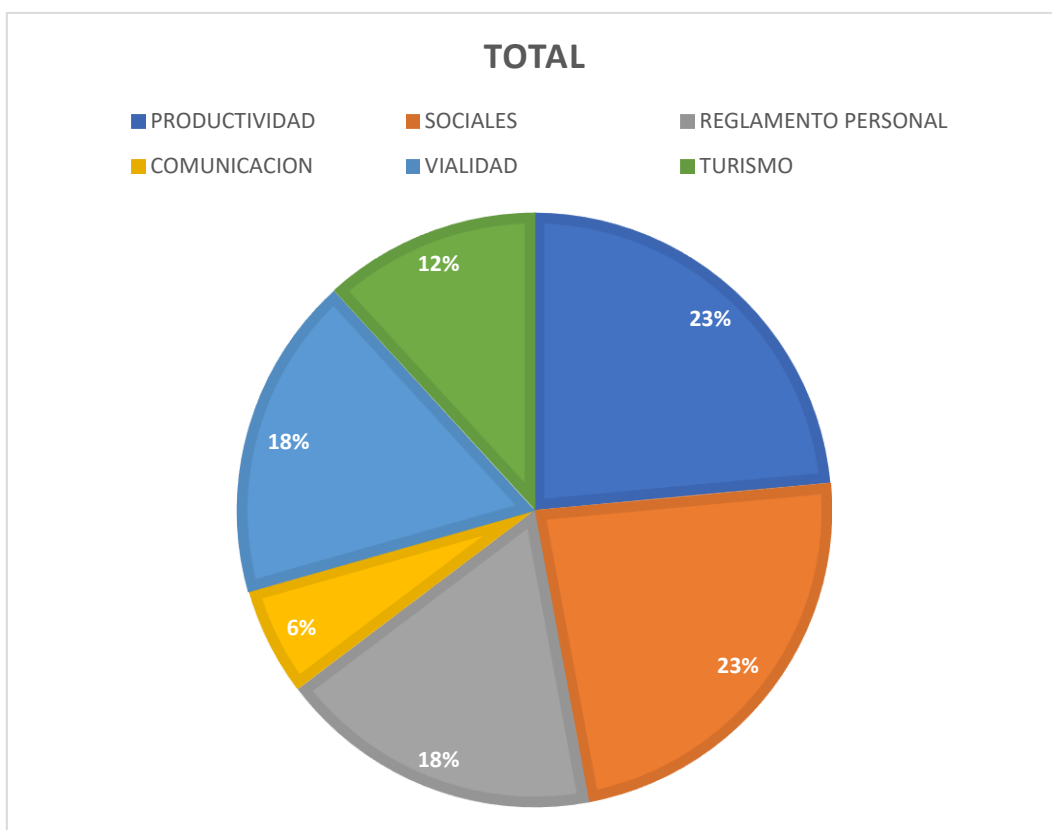
Fuente: Realizado por la autora.

En cuanto a la respuesta de la segunda pregunta sobre si son o no considerados para la toma de decisiones dentro de la institución, todos contestaron que, si son tomados en cuenta y cabe señalar que dos de ellos, vocales principales añadieron a la respuesta que sus

decisiones son tomadas en cuenta ya que, en el momento de socializar los proyectos, estos entran en un tramo de votación y de esa manera los proyectos puedan ejecutarse con el voto a favor de las demás autoridades.

6.5.3 ¿QUÉ TEMAS SOCIALIZARÍA CON EL SEÑOR PRESIDENTE PARA EL DESARROLLO Y EL BIEN COMÚN DE LA PARROQUIA? MENCIONE TRES TEMAS.

FIGURA 14



Fuente: Realizado por la autora.

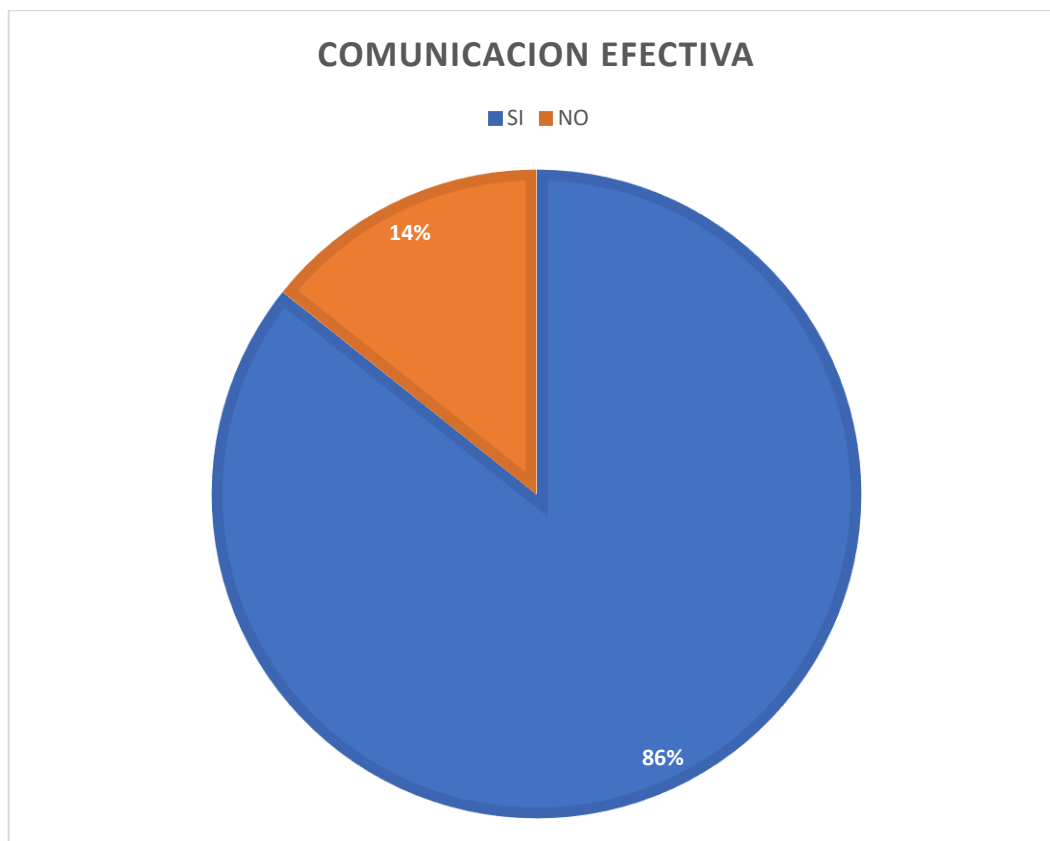
De acuerdo a la pregunta número tres, como fue una pregunta abierta se ha considerado a las respuestas similares contestadas por parte de las autoridades.

Como se puede observar en gráfico correspondiente a la Figura 3; en su mayoría con un porcentaje del 23% contestó que uno de los principales temas a socializar con la máxima

autoridad es sobre proyectos sociales y productividad dentro de la parroquia, seguido con un 18% con los temas sobre vialidad y reglamento para el personal que labora dentro de la institución, con un 12% considera que uno de los temas que debe ser socializado también es el tema del turismo y un 6% cree que la comunicación debe ser fundamental dentro del Gad parroquial.

6.5.4 ¿LA COMUNICACIÓN CON EL PRESIDENTE Y LAS DEMÁS AUTORIDADES, HA SIDO EFECTIVA?

FIGURA 15



Fuente: Realizado por la autora.

De la misma manera, con respecto a la pregunta relacionada a que, si la comunicación ha sido afectiva entre el personal administrativo y autoridades principales con el presidente de la junta parroquial, en su mayoría con un 86% consideran que la

comunicación ha sido totalmente efectiva, argumentando que el presidente está completamente abierto a escuchar a todos los miembros de la junta parroquial y los mismos se sienten considerados en la toma de decisiones para futuros proyectos.

Mientras que una sola persona que representa el 14% contestó que No, argumentando que falta un poco de comunicación entre el grupo de trabajadores.

6.5.5 ¿CONOCE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS POR EL GAD PARROQUIAL? DE SER ASÍ MENCIONE UNO DE ELLOS.

FIGURA 16



Fuente: Realizado por la autora.

Como podemos observar, en lo que compete a la pregunta cinco todos los miembros de la institución respondieron que SI conocen los objetivos planteados por el Gad Parroquial y en ella hemos pedido que mencionen uno de los objetivos planteados, podemos percibir

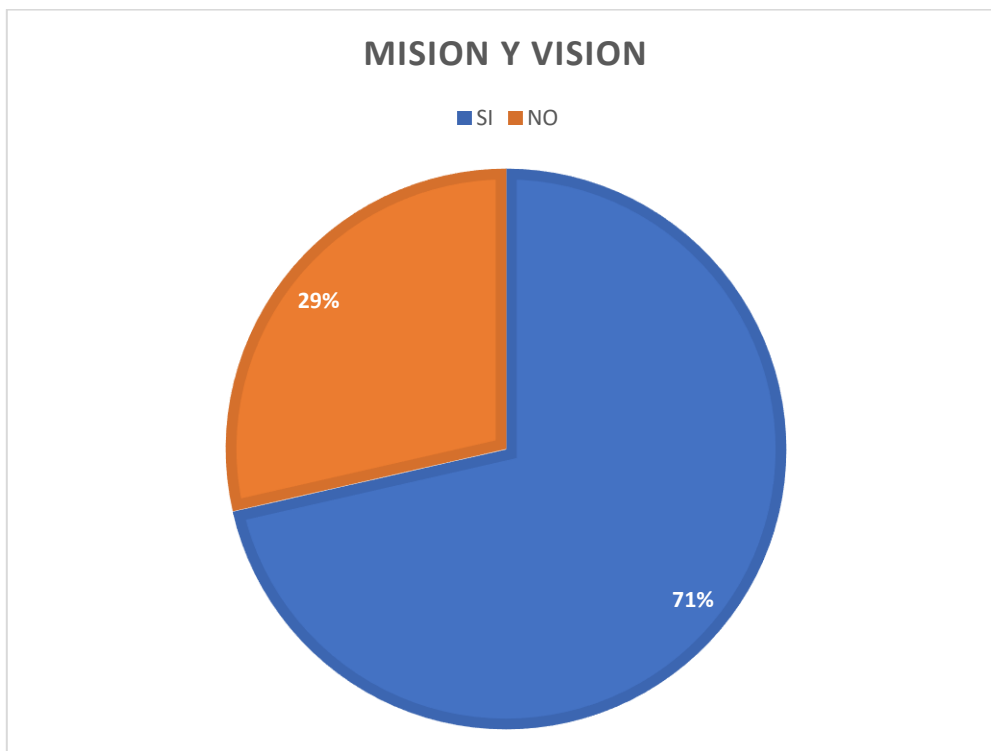
que las respuestas coinciden, demostrando así el compromiso con la parroquia y su trabajo a realizar.

A continuación, los objetivos mencionados:

- a. La creación de un reglamento y así poder tener una normativa necesaria y planificación.
- b. Construcción y remodelación del cementerio parroquial.
- c. Planificación territorial y mantenimiento vial.
- d. Preservación y conservación de los recursos naturales de la parroquia Llaaco.
- e. El trabajo grupal entre todas las autoridades por un Llaaco mejor.

6.5.6 ¿TIENE CONOCIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA INSTITUCIÓN?

FIGURA 17

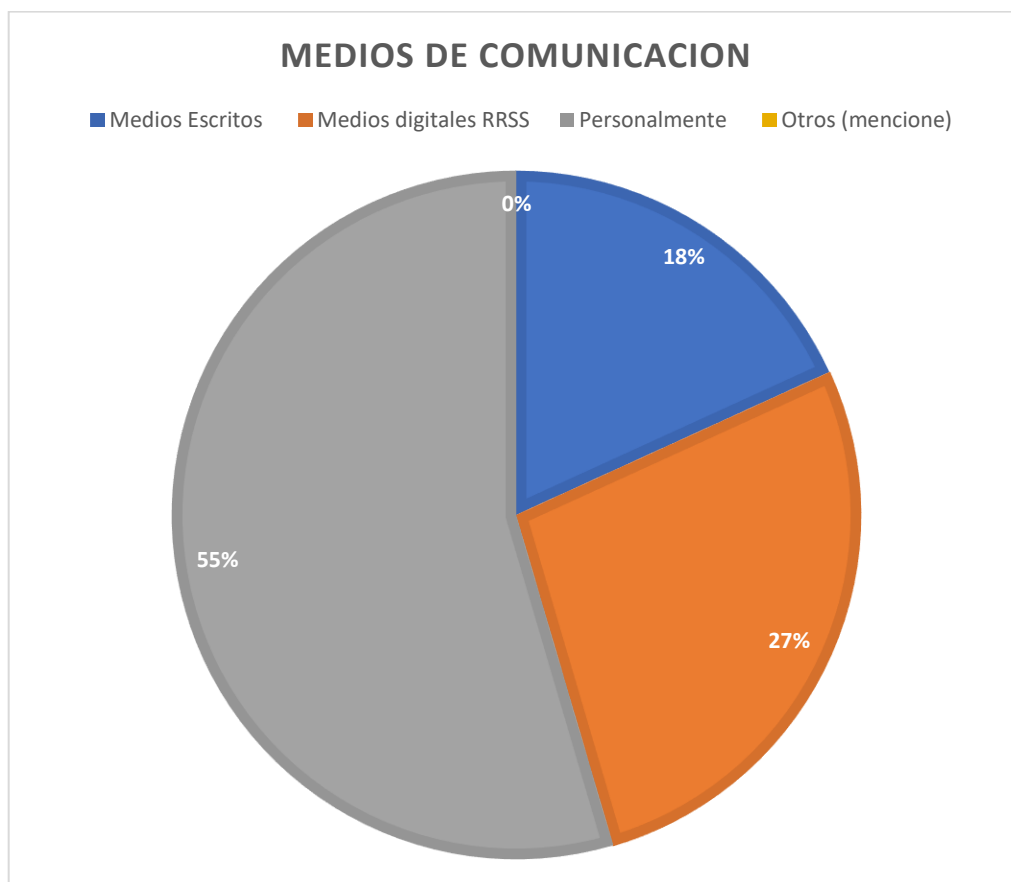


Fuente: Realizado por la autora.

Así mismo, en cuanto al conocimiento de la misión y visión de la institución en su mayoría con un 71% contestan que, SI conocen la misión y visión de la institución, mientras que un 29% respondieron que NO conocen la misión y visión del Gad Parroquial, desconociendo totalmente el tema de la filosofía plantada por la misma.

6.5.7 ¿A TRAVÉS DE QUE MEDIO LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN?

FIGURA 18



Fuente: Realizado por la autora.

De igual manera al ser interrogados sobre como quisieran recibir información de la institución la mayoría con una representación de un 55% manifestaron que la forma

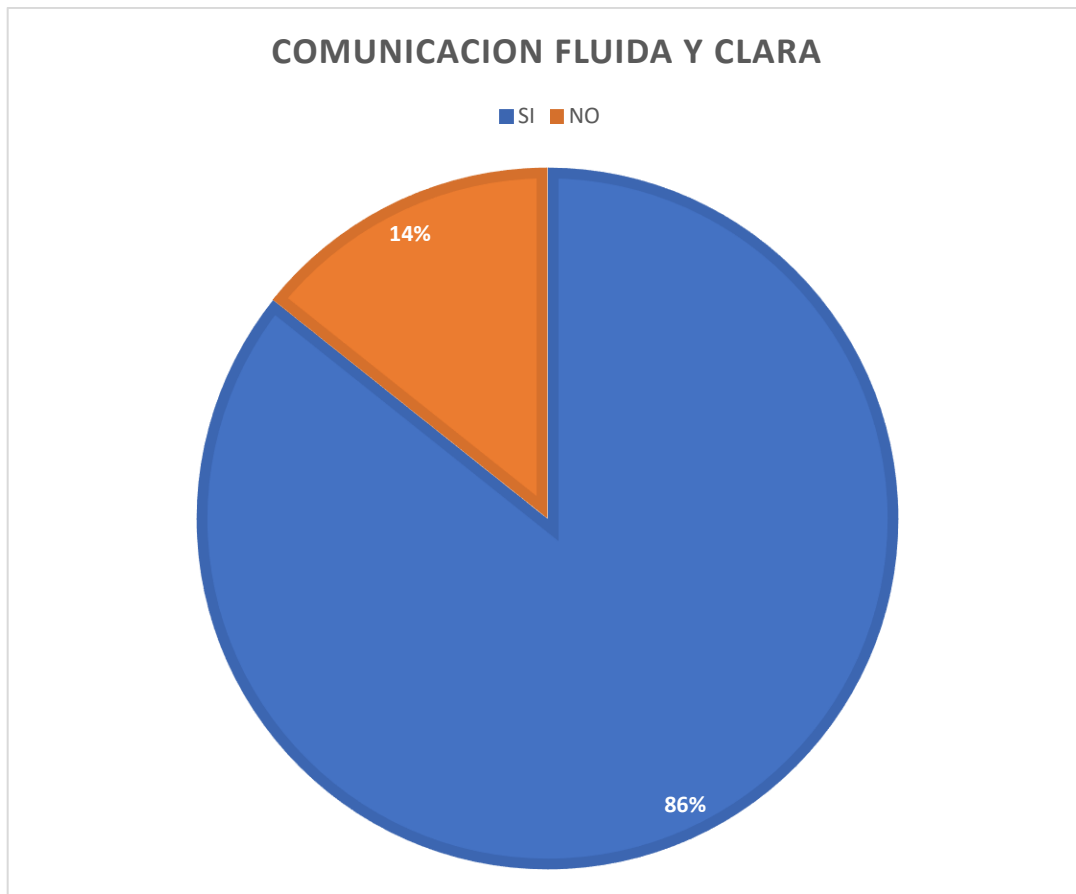
adecuada sería recibir la información de manera personal, uno de ellos argumento que de esta manera puede existir un intercambio de opiniones e ideas.

Así mismo el 27% señaló que la información que se presente dentro de la institución, les gustaría recibir a través de los medios digitales como las redes sociales, ya que lo consideran como un medio de comunicación importante que puede ser recibido en cualquier momento que se encuentren realizando sus respectivas labores.

Por último, el 18% apuntó que la información les gustaría recibir a través de un medio escrito, tales como oficios, comunicados, etc. Pues de esa manera consideran que queda constancia de la información recibida.

6.5.8 ¿CREE USTED QUE LA COMUNICACIÓN BRINDADA POR LA INSTITUCIÓN ES FLUIDA Y CLARA?

FIGURA 19



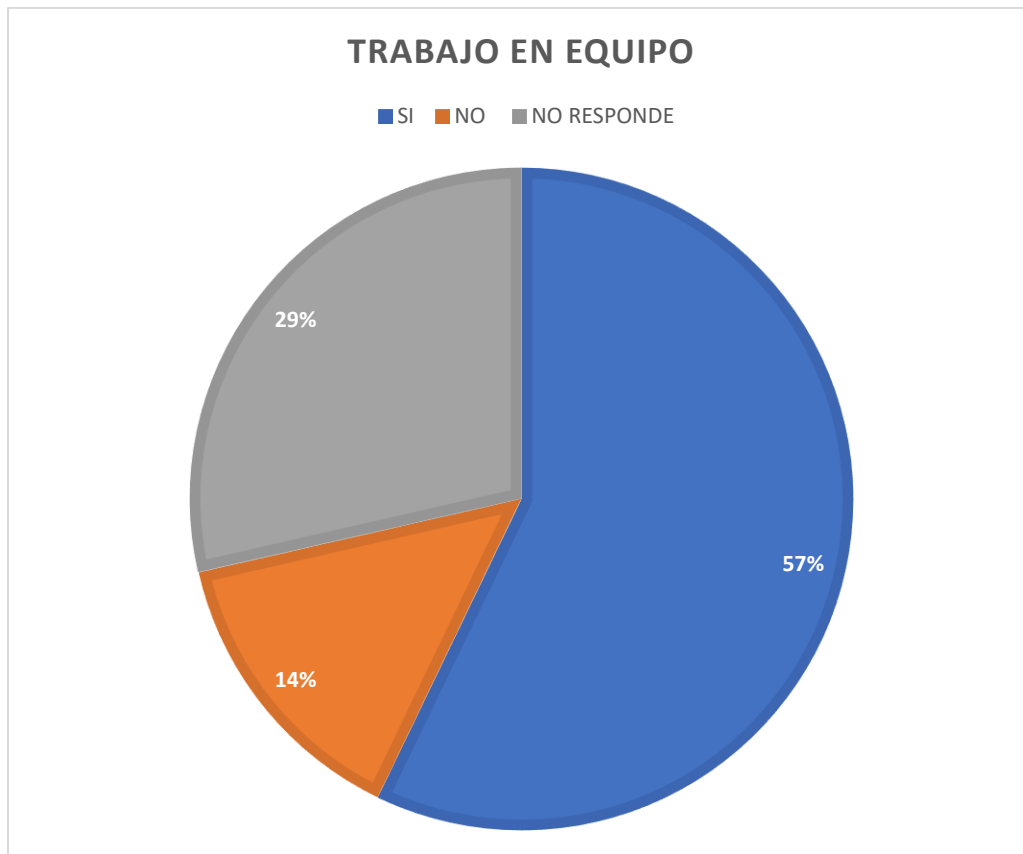
Fuente: Realizado por la autora.

De acuerdo a la fluidez de la comunicación dentro de la institución, el 86% consideran que, SI es fluida, a ello argumentaron que de existir algún tipo de inconveniente o problema se ha buscado soluciones a corto o largo plazo, también manifestaron que tienen el total apoyo del presidente del Gad.

De la misma forma el 14% señaló que la comunicación NO es fluida dentro del Gad parroquial, ya que en ocasiones no se enteraban de reuniones y ciertas cosas relacionadas a la parroquia y así consideran que falta fluidez en la comunicación de la institución.

6.5.9 DESDE SU PERSPECTIVA, ¿CREE USTED QUE EXISTE TRABAJO EN EQUIPO DENTRO DE LA INSTITUCIÓN?

FIGURA 20

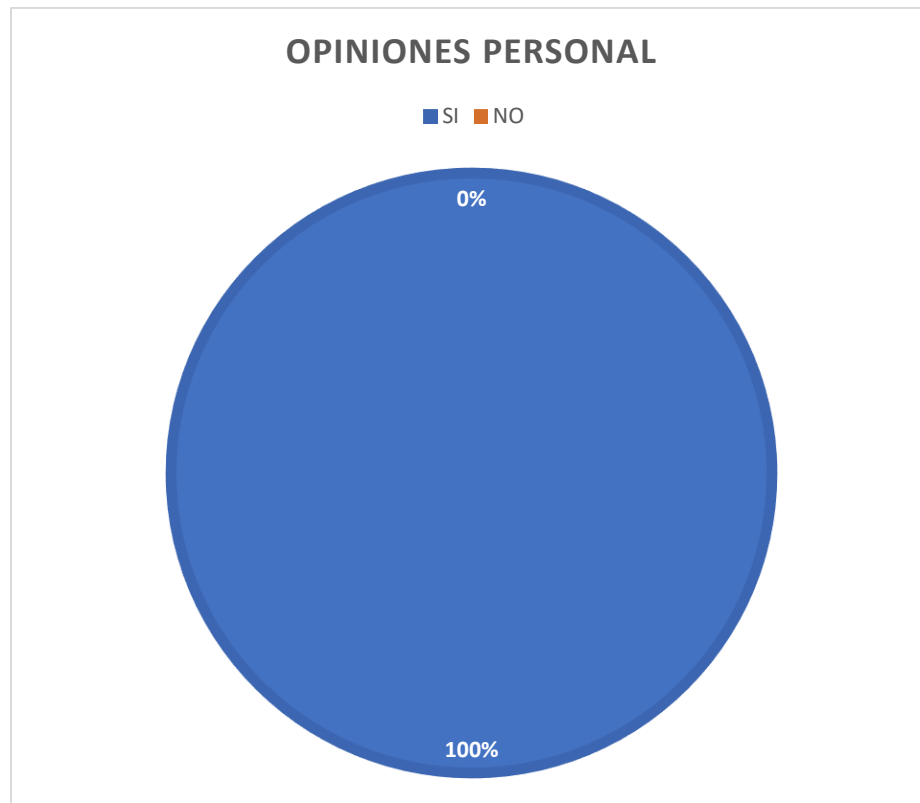


Fuente: Realizado por la autora.

De igual manera como podemos observar, el 57% considera que SI existe trabajo en equipo ya que manifiestan que es un ente colegiado que trabajan por el bien común de la parroquia, mientras que el 29% del personal encuestado reconoció que NO existe trabajo en equipo sin argumentar nada y por último el 14% no respondió a la pregunta correspondiente.

6.5.10 ¿SIENTE QUE SUS OPINIONES SON TOMADAS EN CUENTA?

FIGURA 21



Fuente: Realizado por la autora.

Con respecto a la pregunta 10 sobre si son tomados en cuenta en la toma de decisiones todos afirmaron que, Si son tomados en cuenta, algunos de ellos argumentando que mientras dan sus opiniones y sugerencias han podido aportar con temas para el desarrollo de la parroquia y una de las autoridades señala que le gustaría que sus opiniones se cristalicen de manera oportuna.

6.6 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS MORADORES DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES PERTENECIENTES A LA PARROQUIA DE LLACAO

Para la realización de las encuestas se tomó en cuenta a las diferentes comunidades que pertenecen a la parroquia de Llacao, entre ellas están; el centro de Llacao, Zhiquir, Challuabamba y Cruz Loma. Cabe recalcar que las encuestas se hicieron a un total de 120 personas pertenecientes a la parroquia, dichas encuestas se realizaron de manera

presencial y física, entre ellos la mayoría se encuentran personas adultas desde los 25 hasta los 60 años y también se tomó en cuenta a los jóvenes y adolescentes de entre 14 y 18 años.

A continuación, se detalla a través de gráficos los resultados obtenidos.

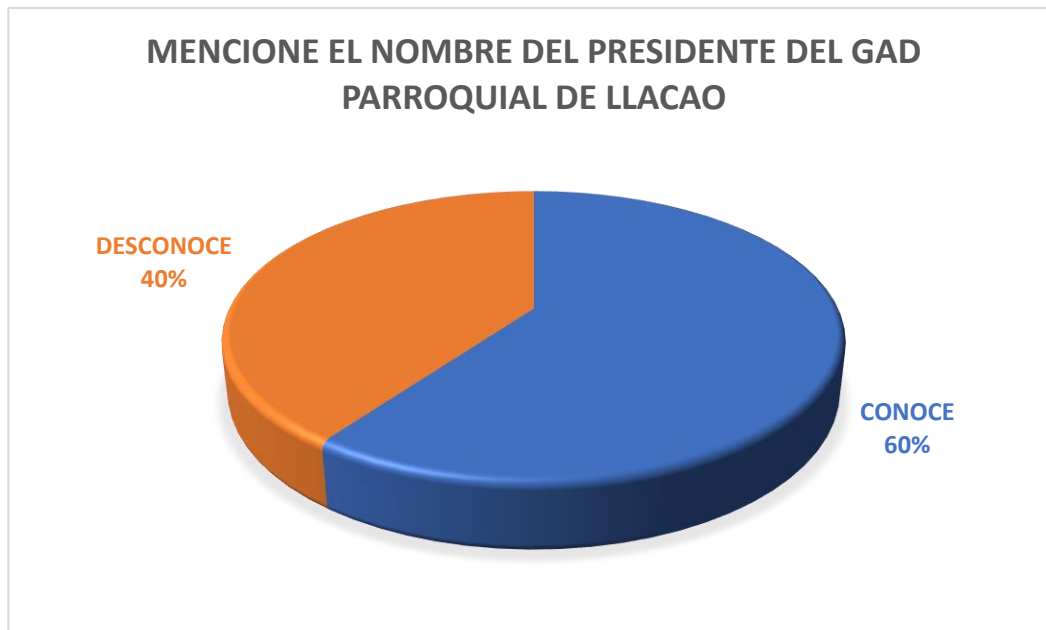
6.6.1 MENCIONE EL NOMBRE DEL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE LLACAO:

TABLA 1

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONOCE	72	60%
DESCONOCE	48	40%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 22



Fuente: Realizado por la autora.

Como resultado de la primera pregunta de la encuesta, podemos apreciar que un total del 60% conoce el nombre del presidente de la junta parroquial, mientras que el 40% desconoce el nombre de la máxima autoridad de la institución. Cabe recalcar que del 60% de las personas que conocen al presidente en su mayoría son las personas que habitan en el centro parroquial de Llacao y también los presidentes de las diferentes comunidades y las personas que desconocen son aquellas que residen en las comunidades más alejadas de la parroquia.

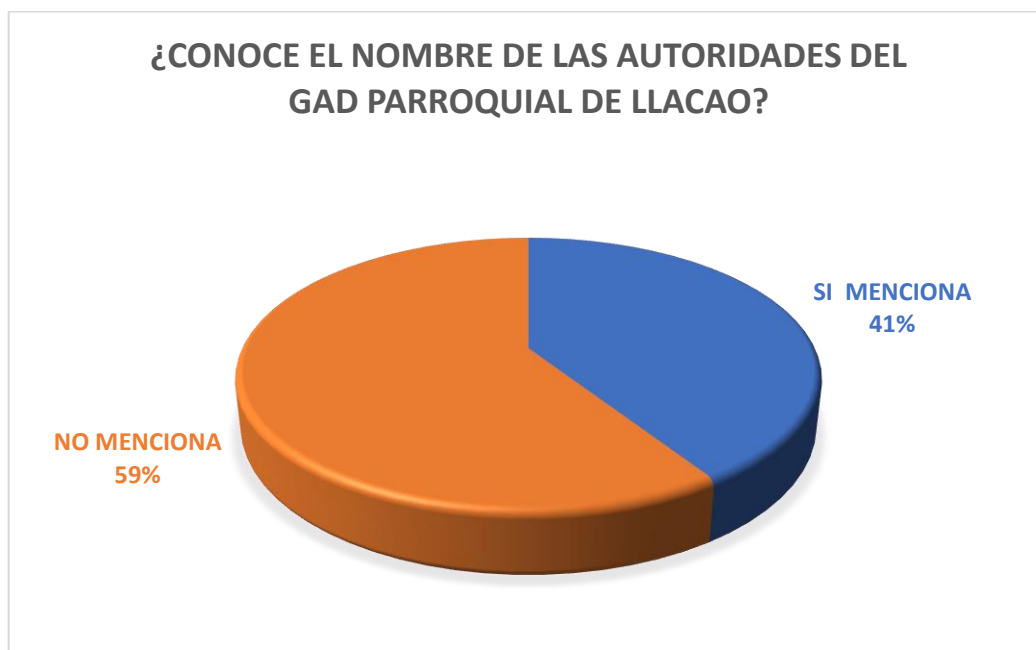
6.6.2 ¿CONOCE EL NOMBRE DE LAS AUTORIDADES DEL GAD PARROQUIAL DE LLACAO?

TABLA 2

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI MENCIONA	49	41%
NO MENCIONA	71	59%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 23



Fuente: Realizado por la autora.

De acuerdo a los datos proporcionados de la junta parroquial de Llacao, la institución cuenta de 4 vocales y un presidente, que son considerados las máximas autoridades de la

parroquia. De acuerdo a la encuesta realizada 49 personas mencionan los nombres de los vocales, entre ellos mencionan los dos nombres que se pide y en otras repuestas mencionan un solo nombre, entre ellos el nombre que más se menciona es de la vocal Rosa Cabrera y del mismo presidente Arq. Walter Quito.

Mientras que el 59% desconoce completamente quienes son los y las vocales que representan a la parroquia.

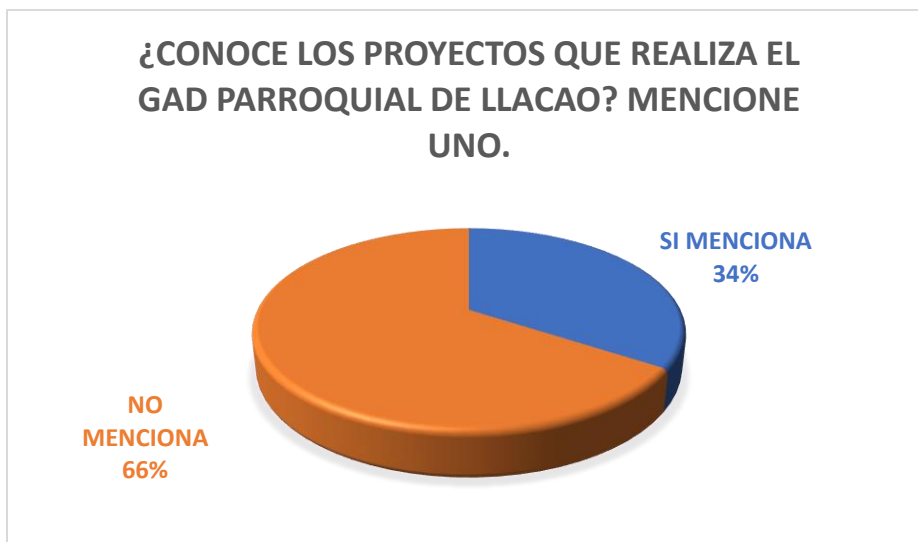
6.6.3 ¿CONOCE LOS PROYECTOS QUE REALIZA EL GAD PARROQUIAL DE LLACAO?

TABLA 3

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI MENCIONA	41	34%
NO MENCIONA	79	66%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 24



Fuente: Realizado por la autora.

Según las encuestas que se han realizado, el 66% de la muestra no conoce los proyectos planteados o ejecutados por parte del Gad parroquial, mientras que el 34% conoce de los proyectos que realiza del Gad parroquial, los proyectos que más se menciona son:

- Mantenimiento vial.
- Ayuda social.
- Proyecto de los adultos mayores.
- Proyecto del sombrero de paja toquilla.
- Colonias vacacionales.
- Apoyo a emprendedores y agricultores.

De acuerdo a los resultados podemos observar que las actividades y los proyectos no son difundidos o socializados en general con todas las comunidades de la parroquia en su totalidad, lo que si recalcan los padres de familia encuestados es en la realización de las colonias vacacionales para los niños, siendo un espacio de distracción y disfrute para sus hijos.

6.6.4 ¿CONSIDERA USTED QUE LOS SERVICIOS BRINDADOS POR LA INSTITUCIÓN SON ÓPTIMOS PARA LA PARROQUIA?

TABLA 4

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	56	47%
NO	64	53%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 25



Fuente: Realizado por la autora.

En cuanto a los servicios brindados por parte del Gad Parroquial, 56 personas que representan el 47% respondieron que, si consideran óptimos los servicios brindados por la institución y el 53% que es un poco más de la mitad, consideran que los servicios brindados

por el Gad no son óptimos, dando así una imagen y atención deficiente a los moradores de la parroquia.

6.6.5 ¿CONOCE USTED LA IMAGEN O LOGOTIPO QUE REPRESENTA EL GAD PARROQUIAL DE LLACAO?

TABLA 5

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	13%
NO	104	87%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 26



Fuente: Realizado por la autora.

Como podemos observar, los resultados de acuerdo al conocimiento de la imagen o logotipo del Gad Parroquial, podemos apreciar que el 87% de la muestra no conoce ni

identifica ninguna imagen que sea relacionada a la institución y el 13% que es minoría conoce la imagen o logo del Gad parroquial.

6.6.6 ¿EN QUÉ HORARIO SE CONECTA CON MÁS FRECUENCIA Y MAYOR TIEMPO A INTERNET Y A LAS REDES SOCIALES?

TABLA 6

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAÑANA	41	31%
TARDE	23	18%
NOCHE	66	51%
Total	130	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 27



Fuente: Realizado por la autora.

De acuerdo a los horarios que más tiempo se conectan a internet y a las redes sociales, tenemos como resultados que el 51% tiene la facilidad de conectarse en la noche y revisar sus respectivas redes sociales, seguido con el 31% que son aquellos encuestados

que se conectan en el transcurso de la mañana y con un 18% de muestra de la población que se conectan en la tarde. Dándonos a entender que la mayoría de los encuestados cuentan con conectividad a internet.

6.6.7 ¿CONOCE USTED LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL QUE HOY EN DÍA SON UTILIZADOS PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN?

TABLA 7

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI MENCIONA	116	97%
NO MENCIONA	4	3%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 28



Fuente: Realizado por la autora.

De la misma manera 116 personas que son el 97% responden que, si conocen los medios de comunicación digitales y de la misma manera se pide mencionar dos de ellos, teniendo como resultado las siguientes menciones; Facebook, Tik Tok, Instagram, WhatsApp, Twitter y página web. Mientras que tan solo cuatro personas que representa el 3% no mencionan ningún medio de comunicación digital.

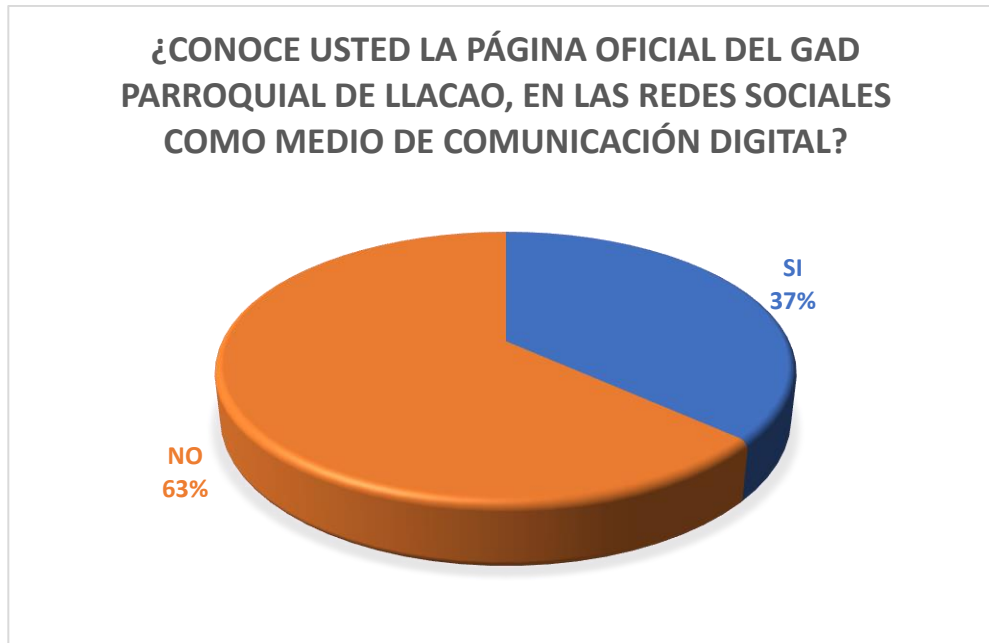
6.6.8 ¿CONOCE USTED LA PÁGINA OFICIAL DEL GAD PARROQUIAL DE LLACAO, EN LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL?

TABLA 8

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	44	37%
NO	76	63%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 29



Fuente: Realizado por la autora.

Así mismo 44 encuestados respondieron que, si conocen la página oficial del Gad parroquial de Llaeo en las redes sociales, mientras que 76 personas que representa el 63% no conocen o no saben de la existencia de una página oficial de la institución.

Esto nos permite conocer que a pesar de que el Gad parroquial cuenta con una página oficial en las redes sociales, específicamente en Facebook, las publicaciones posteadas no se dan a conocer a la mayoría de la población y moradores de las diferentes comunidades de Llaeo.

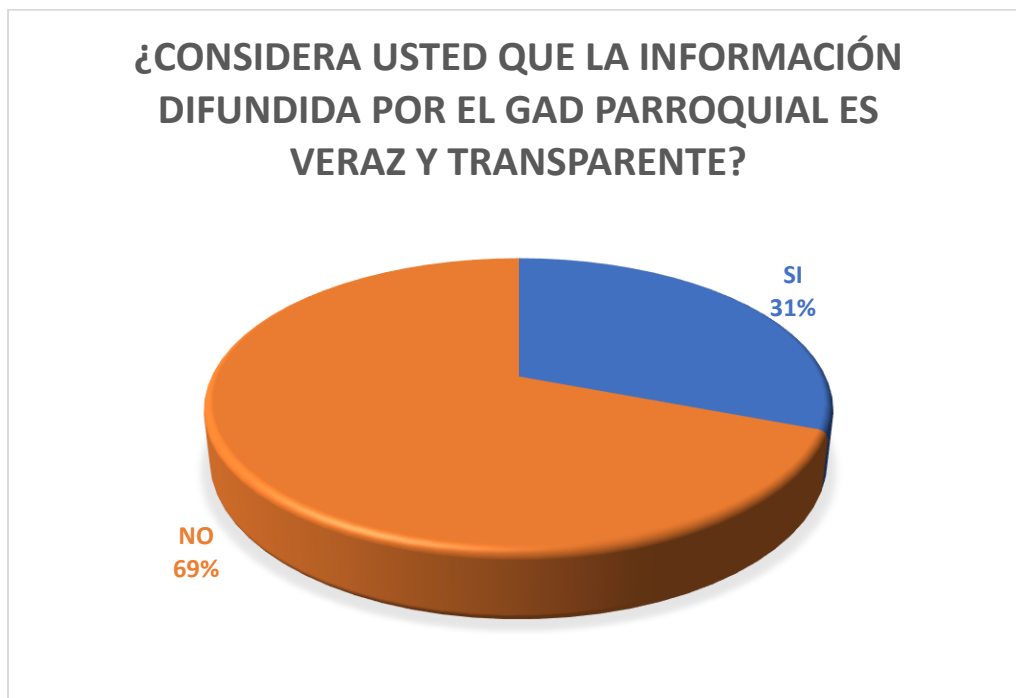
6.6.9 ¿CONSIDERA USTED QUE LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA POR EL GAD PARROQUIAL ES VERAZ Y TRANSPARENTE?

TABLA 9

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	37	31%
NO	83	69%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 30



Fuente: Realizado por la autora.

De acuerdo a la información difundida por el Gad parroquial de Llaico, el 31% de encuestados consideran que la misma si es veraz y transparente, se les ha pedido argumentar su respuesta, en las cuales en algunas señalan el SI, pero no responden él

porque y en otras argumentan que en la página oficial de la institución publican y dan a conocer las actividades que se realiza por parte de las autoridades.

El 69% en este caso la mayoría, considera que la información difundida NO es veraz y transparente, de igual manera en ciertos casos señalan la respuesta pero no escriben el porqué, mientras que por otro lado argumentan que la información no es difundida de manera correcta, que no llega a todas las comunidades y mucho menos a los habitantes de la parroquia, también desconocen de los eventos que se realizan dentro de ella y que no son socializados, hay casos que los emprendedores se sienten apartados sin el apoyo de la difusión de sus emprendimientos.

También mencionan que la información al no ser difundida a todas las comunidades de la parroquia, sienten que se maneja el centralismo y los únicos beneficiados son las personas que habitan dentro del centro de Llaoco.

6.6.10 ¿A TRAVÉS DE QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL LE GUSTARÍA CONOCER LAS NOTICIAS Y ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA INSTITUCIÓN? SEÑALE LAS QUE CREA CONVENIENTE.

TABLA 10

FACEBOOK		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEÑALAN	114	95%
NO SEÑALA	6	5%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 31



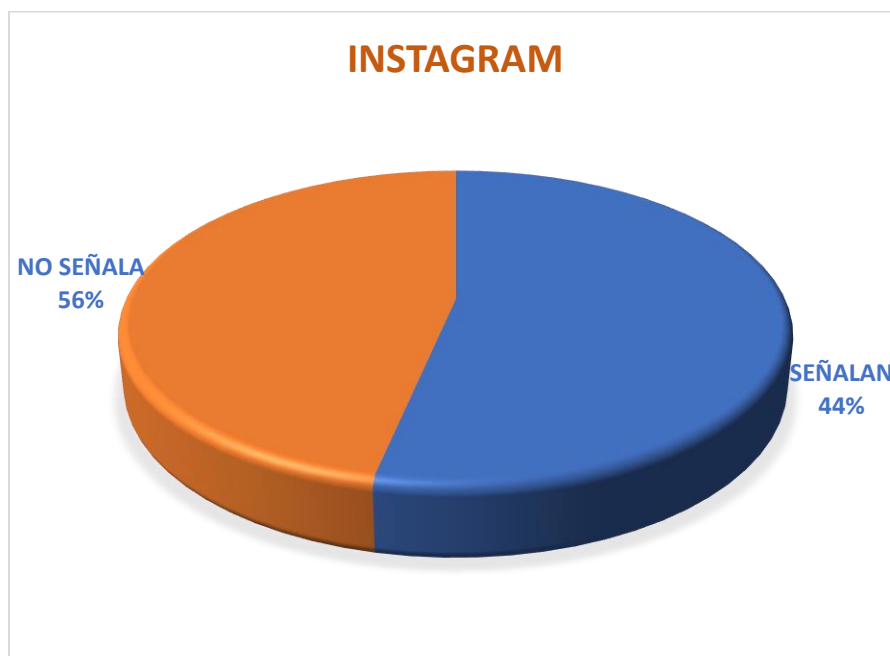
Fuente: Realizado por la autora.

TABLA 11

INSTAGRAM		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEÑALAN	53	44%
NO SEÑALAN	67	56%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 32



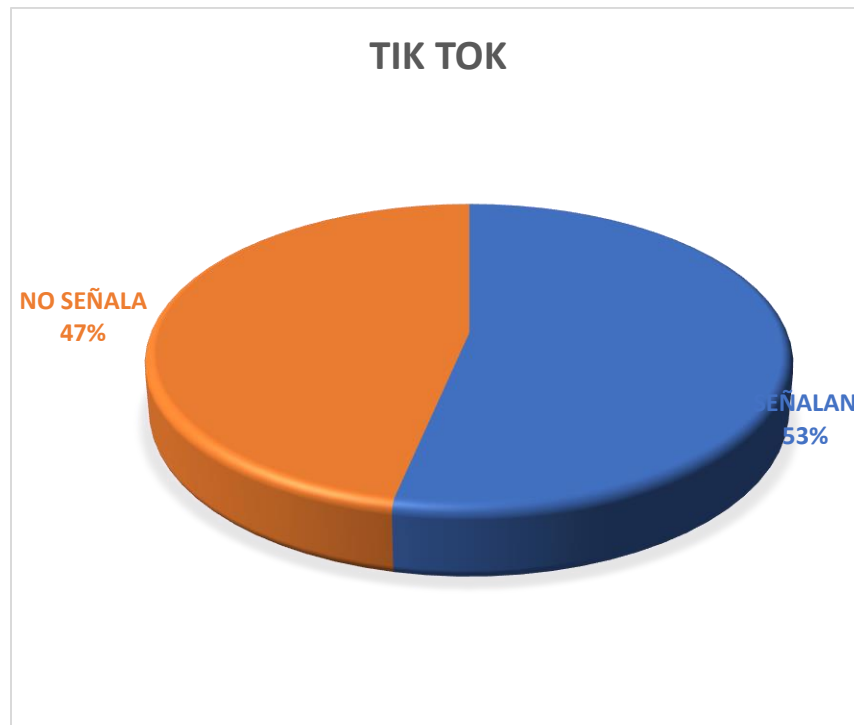
Fuente: Realizado por la autora.

TABLA 12

TIK TOK		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEÑALAN	64	53%
NO SEÑALAN	56	47%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 33



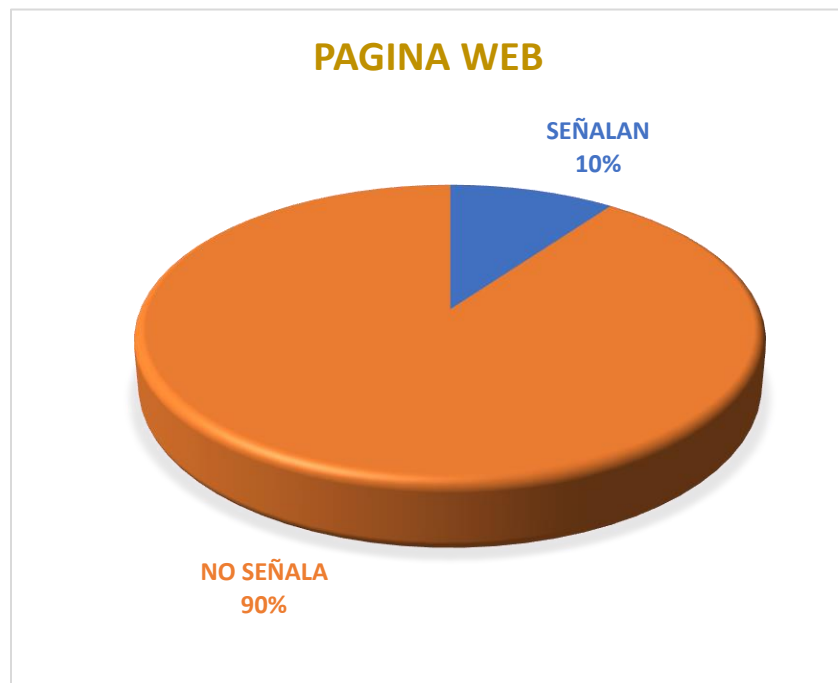
Fuente: Realizado por la autora.

TABLA 13

PAGINA WEB		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEÑALAN	12	10%
NO SEÑALAN	108	90%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 34



Fuente: Realizado por la autora.

TABLA 14

OTRO (mencione)		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEÑALAN	6	5%
NO SEÑALA	114	95%
Total	120	100%

Fuente: Realizado por la autora.

FIGURA 35



Fuente: Realizado por la autora.

Según las encuestas realizadas, para saber a través de qué medio digital le gustaría conocer las noticias y actividades del Gad parroquial, teniendo en cuenta que la pregunta 10 daba a elegir varias opciones a una misma persona, tenemos como resultado lo siguiente:

A través de la red social Facebook, un total de 114 personas que representa el 95% siendo la mayoría, han señalado que les gustaría recibir toda la información y realización de proyectos y actividades que ejecuta el Gad parroquial de Llaqueo por este medio digital y tan solo el 5% descarta esta opción.

La segunda red social que más menciones ha tenido es el Tik Tok con un total de 53% de encuestados que les resulta accesible recibir la información de la institución, cabe recalcar que entre ellos la mayoría que desea recibir información a través de esta red son los jóvenes y adolescentes.

Seguido, tenemos la red social de Instagram en donde el 44% considera factible recibir información a través de ella. También existen 12 encuestados que les gustaría recibir la información a través de una página web, representando así el 10%.

Por último, se ha colocado la opción Otro (mencione), en donde 6 personas han respondido que la información les gustaría recibir a través de medios escritos, Twitter, YouTube, televisión, WhatsApp y radio online.



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Propuesta creada por Fernanda Bermeo

CAPÍTULO V

7 PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Determinación de estrategias a utilizar dentro del Plan de Comunicación.

Como bien se sabe, la comunicación es parte fundamental e importante, tanto para la sociedad como para las diferentes empresas y marcas, para una correcta utilización de la comunicación dentro de las instituciones es necesario y primordial la creación de estrategias comunicativas y ejecutarlas de la mejor manera posible, pues a través de ellas se sabrá transmitir los mensajes ya que los diferentes medios de comunicación que serán utilizados para la creación del plan de comunicación dentro del Gad parroquial de Llaaco, deben ser considerados como un canal de conexión participativa entre autoridades y ciudadanos.

7.1 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Entre las principales estrategias de comunicación se encuentra realizar un diagnóstico para saber el estado comunicacional en el que encuentra el Gad.

1. Objetivo: Establecer los canales de comunicación interna del Gad parroquial de Llaaco. Se realizó una encuesta a los vocales y personal administrativo de la institución, de la misma manera se realizó una entrevista al presidente de la Junta Parroquial, en donde se da a conocer los puntos débiles y fuertes en lo que compete a comunicación. De acuerdo con los datos obtenidos todos los comunicados tendrán que ser entregados de manera escrita y física a las autoridades.
2. Establecer los canales de comunicación externa para la difusión de información, así mismo con los datos recogidos en las encuestas realizadas a los moradores de las diferentes comunidades de Llaaco, en su mayoría conocen los medios de comunicación digitales y las redes sociales.
3. Dar a conocer a los moradores de la parroquia y público en general quienes son las autoridades y que actividades desempeñan, para esto se realizará un video

promocional con las diferentes autoridades y vocales representantes de la parroquia Llaaco. Este video será como presentación de las autoridades y su desempeño dentro de la institución para que los moradores de la parroquia y público en general conozcan por quienes están gobernados y que actividades desempeñan dentro de ella.

4. Fomentar la participación ciudadana y la interacción con las autoridades. De esta manera a los moradores y ciudadanos se les hará partícipes de los eventos y proyectos.
5. Promover las tradiciones y cultura de la gente de Llaaco, dando a conocer lo que la gente de la parroquia realiza ya sea en el aspecto cultural, gastronómico o turístico. Como iniciativa se realizará un video presentando una de las tantas tradiciones que se mantiene dentro de la parroquia como es la venta de paja toquilla y así mismo el tejido del sombre.
6. Potenciar la imagen y eslogan de la Junta Parroquial de Llaaco, para eso en todo el contenido audiovisual y fotográfico se insertará el logo de la Junta Parroquial, el nombre e imagen del presidente y el eslogan de la administración.

PLANIFICACION

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	TIEMPO	OBSERVACIONES
Establecer los canales de comunicación interna del Gad parroquial de Llaaco.	Las convocatorias a reuniones y sesiones se harán a través de medios escritos (oficios, circulares) y digitales (WhatsApp).	Realizar una reunión por semana entre el presidente de la Junta Parroquial con los vocales y tratar temas de interés comunitario.	1 mes	Departamento de Comunicación Secretaria
Establecer los canales de comunicación externa para la difusión de información.	De acuerdo a las encuestas realizadas a la población, en su mayoría han elegido la red social Facebook como medio de comunicación para recibir información del Gad Parroquial.	Difundir información efectiva a través de la página oficial del Gad Parroquial.	1 mes	Departamento de Comunicación

Dar a conocer a los moradores de la parroquia y público en general quienes son las autoridades y que actividades desempeñan.	Realización de un video promocional con las diferentes autoridades y vocales representantes de la parroquia Llaaco. Seguimiento fotográfico y audiovisual de las visitas de los vocales y presidente a las diferentes comunidades de la parroquia.	Tener el mayor número de reproducciones e interacciones del video para que la gente sepa por quienes está gobernado la parroquia de Llaaco.	2 semanas	Departamento de Comunicación
Fomentar la participación ciudadana y la interacción con las autoridades.	Establecer un chat de información general único del Gad Parroquial de Llaaco a través de la aplicación WhatsApp.	Recibir el menor número de quejas por parte de los moradores. Hacer partícipe de los videos comunicativos a	1 mes	Departamento de Comunicación

	<p>Recibir quejas y sugerencias de la población y resolverlas de la manera más adecuada.</p> <p>Hacer partícipes a la población de los videos de seguimiento de actividades, con sus testimonios al ser beneficiados por el Gad parroquial.</p> <p>Responder inquietudes de la población lo más rápido posible.</p>	<p>dos personas o moradores.</p> <p>Resolver máximo en una hora las inquietudes de los moradores.</p>		
<p>Promover las tradiciones y cultura de la gente de la parroquia de Llacao</p>	<p>Realización de un video y entrevista a los emprendedores y personas que conservan las tradiciones y gastronomía de la parroquia.</p>	<p>Pre - producción del producto audiovisual para la realización del video.</p> <p>Inicio de la grabación del video.</p>	<p>2 semanas</p>	<p>Departamento de Comunicación</p>

		<p>Post producción, finalización del video con los formatos adecuados para la red social con la que se compartirá.</p> <p>Medición de las diferentes interacciones; me gusta, comentarios reproducciones.</p>		

<p>Potenciar la imagen y eslogan de la Junta Parroquial de Llacao.</p>	<p>Realización de contenido fotográfico y audiovisual de las obras, proyectos y actividades del Gad de Llacao, en donde aparecerá la imagen del presidente.</p> <p>Determinar los medios digitales de comunicación para la publicación del contenido fotográfico.</p> <p>Difusión de las actividades del Gad parroquial, a través de las diferentes redes sociales.</p> <p>Realización de post y afiches informativos de comunicados de interés parroquial.</p>	<p>Numero de contenido fotográfico, subir un máximo de 10 fotografías a la página oficial de Facebook sobre las actividades y obras realizadas.</p> <p>Subir todos los días fotografías de las actividades realizadas, dos veces al día en la mañana y en la noche.</p>	<p>1 mes</p>	<p>Departamento de Comunicación</p>
--	---	---	--------------	-------------------------------------

	<p>Realización de posteos de fechas importantes, conmemorativas y eventos sociales de la parroquia.</p> <p>Desarrollo de invitaciones formales para reuniones y sesiones del Gad para las diferentes autoridades locales y medios de comunicación.</p>			
--	--	--	--	--

La evaluación se cumplió con base a los objetivos e indicadores planteados en la planificación.

7.2 CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE DISEÑO Y EJECUCION DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICO PARA EL GAD PARROQUIAL DE LLACAO.												
ACTIVIDAD	MES 1				MES 2				MES 3			
	S1	S 2	S3	S 4	S1	S 2	S3	S 4	S1	S 2	S3	S 4
SEMANA												
Realizacion de las preguntas para la entrevista al señor presidente de la Junta Parroquial de Llacao y encuestas a los vocales de la misma.	Yellow											
Reunion con el presidente de la Junta Parroquial de Llacao para la determinacion del dia para la entrevista.	Purple											
Reunion con los vocales de la Junta Parroquial de Llacao para la determinacion del dia para las encuestas.	Cyan											
Entrevista con el señor presidente de la Junta Parroquial, Arq. Walter Quito.		Light Green										
Realizacion de las encuestas a los vocales de la Junta Parroquial.		Pink										
Formulacion y realizacion de las preguntas de la encuesta a los moradores			Blue									
Realizacion de la encuestas a los moradores de las diferentes comunidades de la parroquia de Llacao			Orange	Orange								
Recopilacion y analisis de los datos obtenidos de la entrevista y encuestas realizadas				Grey	Grey							
Realizacion de plantillas para post y publicaciones en las redes sociales					Yellow							
Creacion de contenido fotografico y audiovisual de las obras y actividades del Gad Parroquial de Llacao						Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
Generacion de productos audiovisuales y fotograficos de actividades y obras de la Junta Parroquial						Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green
Realizacion del video promocional de las principales autoridades del Gad Parroquial de Llacao.								Dark Blue	Dark Blue			
Realizacion y publicacion de un video y entrevista a los emprendedores y personas que conservan las tradiciones de la parroquia.									Light Blue	Light Blue		

7.3 PRESUPUESTO

PRESUPUESTO	
RECURSOS	VALOR TOTAL
Un profesional de la comunicación	817
Computadora con los respectivos programas de edición de video y fotografía	1000
Cámara fotográfica y video profesional	400
Micrófono inalámbrico	35
Elaboración de un video institucional	100
Impresión de convocatorias a reuniones y demás comunicados	10
Hojas	5
Viáticos/Movilización	50
Internet	15
TOTAL	\$2432

8 ACTIVIDADES CUMPLIDAS

- Las reuniones convocadas a las autoridades, personal técnico y administrativo, la convocatoria se realizó a través de un comunicado.



En la fotografía se observa a las diferentes autoridades en sesión convocada por el presidente del Gad Parroquial el Arq. Walter Quito, en donde trataron temas de suma importancia para la parroquia.

- Se realizó la producción de un video en donde se presenta a las autoridades que pertenecen a la Junta Parroquial de Llacao, que fue publicado en la página oficial del Gad de Llacao de la red social de Facebook.

Link del video: <https://fb.watch/or8Am-XvSm/>

FIGURA 36



Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llacao.

Se puede observar que se tuvo un total de 608 reproducciones, 39 entre me gusta y me encanta y así mismo fue compartido 9 veces por los seguidores de la página oficial del Gad de Llacao.

- Se hizo el seguimiento fotográfico y audiovisual respectivo de los proyectos, obras y actividades realizadas por la institución. De igual manera estos contenidos fueron publicados en la página oficial de Facebook del Gad Parroquial.

FIGURA 37

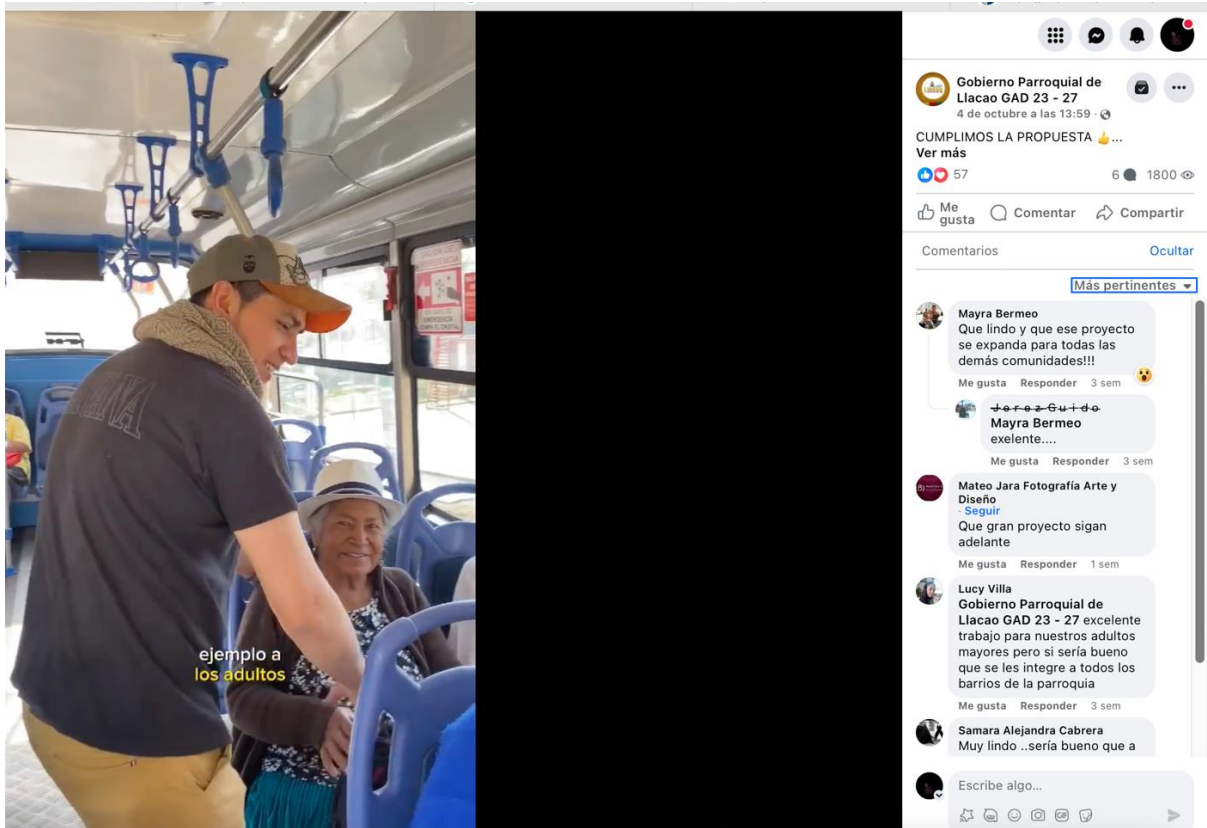
MINGA POR LLACAO



Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llacao.

FIGURA 38

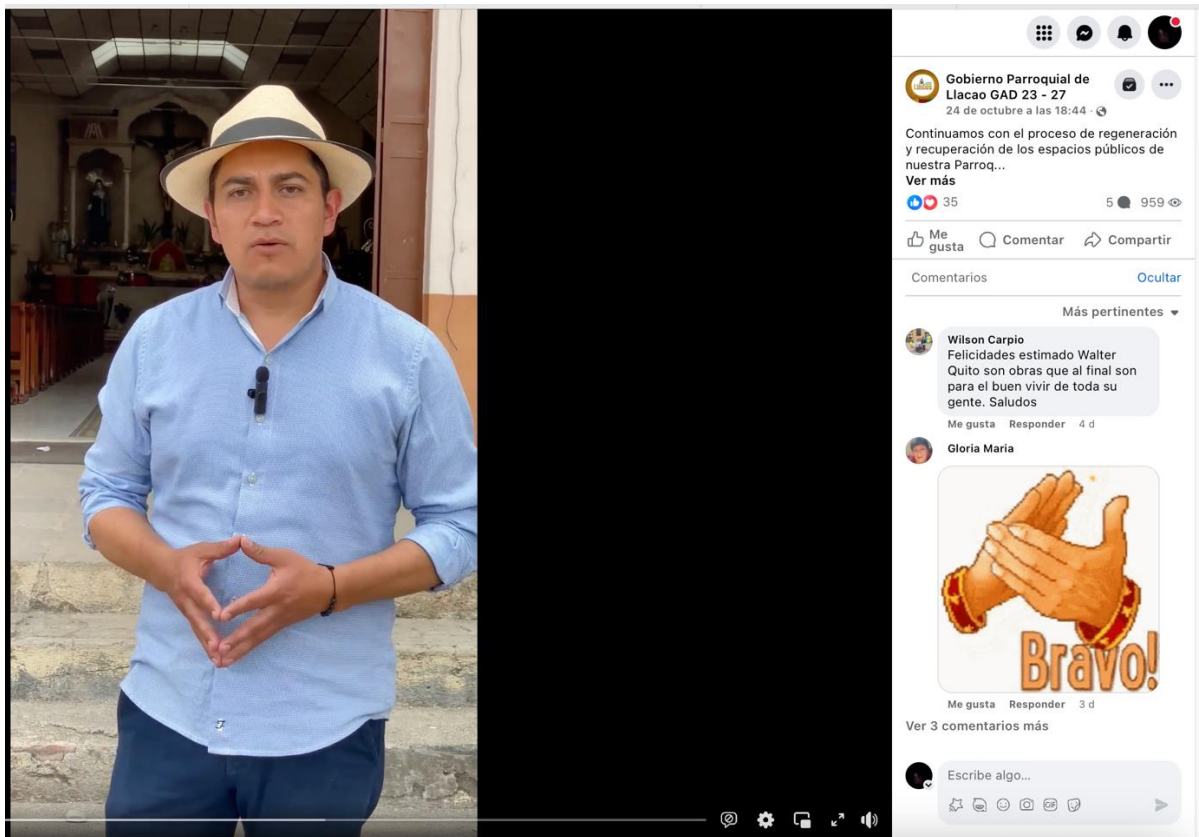
PROYECTO ADULTOS MAYORES



Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llaqueo.

FIGURA 39

EJECUCION DE OBRAS EN LLACAO



Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llaqao.

Dentro del contenido audiovisual se les hizo participar a los moradores con entrevistas sobre la opinión de los proyectos realizados y a los profesionales encargados del proyecto.

FIGURA 40

ESTERILIZACION DE MASCOTAS EN LLACAO



Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llaqueo.

En este caso se realizó el proyecto de esterilización de mascotas que se dio cita en la comunidad de la Dolorosa que pertenece a la parroquia de Llaqueo, teniendo gran acogida por parte de los moradores. Se realizó una entrevista a la profesional de veterinaria encargada de la campaña y a una moradora de la parroquia.

FIGURA 41

ESTERILIZACION DE MASCOTAS EN LLACAO



En la imagen se observa al personal de la Junta Parroquial presentes en la campaña de esterilización de mascotas, así como se cuenta con los profesionales adecuados para la misma.

En la página oficial de Facebook, en los comentarios existió una queja sobre el funcionamiento del transporte urbano que sirve a la parroquia, de inmediato se convocó a una reunión entre el presidente del Gad Parroquial de Llaeo el Arq. Walter Quito y los representantes del transporte urbano para brindar de manera oportuna su servicio.

FIGURA 42

Gobierno Parroquial de Llaeo GAD 23 - 27
11 de octubre a las 10:40 · 🌐

Menos palabras y más acciones..
TRANSPORTE PUBLICO 🇨🇵

Buscamos SOLUCIONES al problema del transporte publico en Llaeo ... Esta mañana nos reunimos con la Gerencia de la Empresa Tomebamba y representantes de la empresa contratista de los trabajos en la Panamericana Norte... Se dotará a la Parroquia de una Unidad alimentadora que cubrirá los turnos normales desde el centro parroquial hasta la panamericana.....agradecemos a la empresa Tomebamba por su apoyo
Ante estas intervenciones te invitamos a informarte por medios oficiales 🙌🙌

Lily Saquinaula y 26 personas más · 3 comentarios · 10 veces compartida

Me gusta · Comentar · Compartir

Escribe algo...

Böný Cúcö
Muy buenas tardes,por favor hoy nos quedamos sin bus y muchos estudiantes llegaron atrasados a sus escuelas y colegios , no es posible que no hayan pensado en eso agradecería que nos des trasporte gracias

Me gusta · Responder · 2 sem

Autor
Gobierno Parroquial de Llaeo GAD 23 - 27
Mi estimada **Böný Cúcö** precisamente se esta indicando que el servicio de transporte publico se esta prestando respetando los horarios normales ...salga nomas a coger el bus

Me gusta · Responder · 2 sem

Ver más respuestas

Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llaeo.

FIGURA 43

SERVICIO DE TRANSPORTE URBANO

 **Gobierno Parroquial de Llacao GAD 23 - 27**
11 de octubre a las 13:41 · 🌐

#IMPORTANTE
La Empresa Tomebamba se encuentra brindando el servicio de transporte publico desde el Centro Parroquial hasta la Panamericana Norte, dando cumplimiento con normalidad a los horarios establecidos
#alianzpublicoprivado
Un mejor Llacao lo hacemos todos 👍



 Lily Saquinaula y 19 personas más 1 comentario 7 veces compartida

Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llacao.

Existió otra queja sobre los puestos de venta que ocuparían los diferentes vendedores por motivo de las fiestas en la parroquia, enseguida procedimos a realizar los respectivos permisos de uso de suelo y la entrega a los diferentes comerciantes para evitar percances dentro de la parroquia y mantener el orden público.

FIGURA 44

PERMISOS DE USO DE SUELO



En las imágenes se observa a los diferentes comerciantes que acudieron hasta las oficinas del Gad Parroquial para obtener su respectivo permiso de uso de suelo para las festividades de la parroquia.

Así mismo se realizó un producto de contenido audiovisual a una de la artesana perteneciente a la parroquia de Llaqueo, en donde da a conocer su trabajo sobre la paja toquilla y la realización de sombreros, de igual manera este video fue publicado en la página oficial de Facebook del Gad.

FIGURA 45

ARTESANOS EN LLACAO



Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llaqueo.

Como se puede observar el video en menos de 24 horas obtuvo un total de 1169 visualizaciones, 54 reacciones y fue compartido 34 veces. Siendo este el video con más visitas e interacciones a comparación con los contenidos antes publicados sin el plan de comunicación.

FIGURA 46

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACION AMBIENTAL



Fuente: Página oficial de facebook Gad Parroquial de Llaçao.

Se realizó una campaña de concientización ambiental, cumpliendo uno de los objetivos que es resaltar los valores del Gad Parroquial y una de sus principales propuestas es promover el cuidado del medio ambiente y la protección de los recursos naturales, esta campaña fue dirigida a los niños y jóvenes de las diferentes unidades educativas de la parroquia.

9 CONCLUSIONES

Fue importante trabajar con los funcionarios y el presidente del Gad de Llaaco ya que fruto de esta interacción se obtuvo los insumos suficientes para realizar el plan de comunicación.

El Gad Parroquial de Llaaco, no cuenta con un profesional de la comunicación ni mucho menos con un plan estratégico de comunicación, siendo esto una de las principales razones por la cual la mayoría de los habitantes desconocen de sus autoridades y las funciones que las mismas realizan. Frente a este aspecto y al ser yo una moradora de esta parroquia decidí plantear el plan de comunicación.

Dentro de este trabajo se permitió saber que, en su mayoría las personas de las diferentes comunidades que pertenecen a la parroquia de Llaaco, desconocen por quienes están gobernadas o quiénes son las principales autoridades que pertenecen al Gad Parroquial de Llaaco, lamentablemente esto ha sido un punto en contra ya que ante cualquier situación o dificultad las personas no sabían a quienes acudir para resolver de manera oportuna algún tipo de problema que se presentase. Para contrarrestar esta situación se emitieron 10 publicaciones de contenido audiovisual y fotográfico a través de la página de Facebook y uno de ellos fue la presentación de las autoridades.

Así mismo el Gad Parroquial de Llaaco, no ha sabido aprovechar de manera oportuna la tecnología que hoy en día nos brinda la facilidad de comunicar e informar de manera rápida y creativa, esto debido a que la comunicación tanto interna como externa ha sido manejada de manera poca profesional.

La creación y producción de contenido fotográfico y audiovisual a través del Plan Estratégico aplicado en el Gad Parroquial de Llaaco, ha sido una herramienta importante para la institución ya que a través de la ejecución del plan de comunicación se pudo observar y analizar como estos contenidos tuvo un gran alcance, con mayor número de vistas, interacciones y las veces que se compartió por el público que sigue a la página oficial de Facebook. En este sentido se difundieron un total de cuatro eventos en donde participaron los moradores, se informó sobre las campañas de esterilización,

concientización ambiental, proyecto de los adultos mayores y la minga colectiva de limpieza de espacios verdes.

Con respecto a los valores que promueve el Arq. Walter Quito, el tiempo de mi intervención fue corto, pero durante el periodo que pude apoyar se pudo difundir la importancia de valorar y cuidar el medio ambiente a través de una campaña de concientización ambiental con un modelo de gestión basado en el cuidado y protección del medio ambiente y recursos naturales.

10 RECOMENDACIONES

Implementar dentro del Gad Parroquial de Llacao un departamento de comunicación o contar con el personal profesional adecuado para el manejo correcto de la comunicación de la institución.

Aprovechar al máximo las nuevas tecnologías para difundir de manera rápida y correcta toda la información generada por el Gad Parroquial de Llacao, así mismo generar contenido audiovisual de las actividades, obras y proyectos a diario y publicar de manera inmediata en su página oficial.

Generar espacios de diálogo e interacción con los moradores de la parroquia para que de esta manera cada uno de ellos se sientan identificados con el trabajo y tomados en cuenta por la actual administración.

Dar más apertura a los artesanos, emprendedores y pequeños comerciantes de la parroquia y así poder promocionarlos a través de los canales oficiales del Gad Parroquial de Llacao.

11 BIBLIOGRAFÍA

- Agüero, P. M. (2012). *Comunicación interpersonal*. B - EUMED.
- Álvarez, A., & García, J. (2021). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Editex.
- Álvarez-Gálvez, J. (2012). *Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas*. Pozuelo de Alarcón.
- Amorós García, M. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial.
- Bustinduy, I. (2012). *La comunicación interna en las organizaciones 2.0*. Editorial UOC.
- Cuenca, J., & Verazzi, L. (2020). *Comunicación interna total: estrategia, prácticas y casos*. Editorial UOC.
- Gabelas, J., & Lazo, C. (2016). *Comunicación digital: un modelo basado en el factor relacional*. UOC.
- Manrique Reyes, J. (2023). La Escuela Crítica de Relaciones Públicas: Una fractura en la disciplina. *COMUNICACIÓN. Revista Internacional De Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 21 (1), 58-73.
- Murillo, J., García, L., & Calle, L. (2017). *Comunicación efectiva en entornos empresariales*. CESA.
- Parras, A., & Álvarez, D. (2022). *La nueva comunicación: creatividad e innovación en la sociedad digital*. DYKINSON.
- Pedranti, G., Eggers-Brass, T., & Gallego, M. (2019). *Comunicación, cultura y sociedad*. Editorial Maipue.
- Pedreros, J. C., & Ribero, F. A. (2018). *Comunicación política: una aproximación al modelo de análisis de la comunicación política en redes sociales desde la publicidad*. Universidad Sergio Arboleda Open Acces.
- Polo, Y. (2015). *El valor del marketing para la empresa y la sociedad*. Pressas de la Universidad de Zaragoza.
- Roca, X., Romeo, M., & Almenara, J. (2014). *Comunicación interna en la empresa*. Editorial UOC.
- Rodrigo, S. R. (2022). *La puntuación en redes sociales*. Iberoamericana/Vervuert.
- Rodríguez, V. (2008). *Comunicación corporativa: un derecho y un deber*. RIL editores.
- Rosales, V. P. (2017). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO*. Obtenido de UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO : <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa3/n8/m11.html>
- Sains Sánchez, C. (2021). *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital*. McGraw-Hill España.
- Sánchez, J., & Pintado, T. (2010). *Nuevas tendencias en comunicación*. Editorial ESIC.
- Scidata. (2022). *Comunidades externas e internas y prevención activa en tiempos de pandemia*. Obtenido de SciDataArg.
- Urresti, M., Linne, J., & Basile, D. (2015). *Conexión total: los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital*. Ediciones del Aula Taller.

12 ANEXOS

1. ENTREVISTA AL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE LLACAO, ARQ. WALTER QUITO.

Entrevista, presidente del GAD Parroquial de Llaqueo:

1. ¿El Gad Parroquial de Llaqueo, cuenta con un Plan de Comunicación?
2. ¿Cuenta la institución con un canal oficial para la distribución de la información y comunicación?
3. ¿Qué opina señor presidente de las redes sociales del Gad parroquial, cree que son necesarias para el desarrollo de las diferentes actividades a realizarse dentro de ella?
4. ¿Qué valores cree que deben promover la nueva Junta Parroquial? Esto para poder seguir una línea comunicacional y estar siempre apegados a los objetivos de la institución.
5. Ud., como presidente de la junta, que tipo de temática le gustaría manejar y que tipo de mensajes le gustaría dar a los moradores de toda la parroquia?
6. ¿Cree usted que el Gad Parroquial cuenta con los equipos y medios necesarios para realizar una óptima comunicación?
7. ¿Cómo considera la comunicación externa de la institución? Buena, mala, regular. Explique por qué.
8. ¿Considera que la comunicación e información difundida por el Gad Parroquial en estos momentos, llega de manera adecuada a los moradores y público en general?
9. ¿La información y actividades realizadas por el Gad Parroquial, son socializadas de manera oportuna?
10. Como máxima autoridad del Gad Parroquial de Llaqueo, ¿considera que la institución debe contar con un profesional de la comunicación?

2. FOTOGRAFÍA DE LA ENTREVISTA AL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE LLACAO, ARQ. WALTER QUITO.



3. ENCUESTA APLICADA A LOS VOCALES Y FUNCIONARIOS DEL GAD PARROQUIAL DE LLACAO.

Encuesta, autoridades de la Junta Parroquial de Llaao:

Cargo: Vocal del GAD

1. ¿Cómo considera el clima laboral dentro de la institución?

Excelente

Bueno

Malo

¿Por qué? Hay apoyo y colaboración entre los compañeros.

2. Como miembro de la Junta Parroquial, ¿cree que es considerado para la toma de decisiones de la institución?

SI NO

Si por que en la mayoría de decisiones se a puesto en consideración del GAD

3. ¿Qué temas socializaría con el señor presidente para el desarrollo y el bien común de la parroquia? Mencione tres temas.

- Productivo
- Infraestructura
- Reglamentario

4. ¿La comunicación con el presidente y las demás autoridades, ha sido efectiva?

SI NO

¿Por qué?

Por que en las problemáticas se ha convocado para poder pedir las opiniones de los miembros

5. ¿Conoce los objetivos planteados por el Gad Parroquial? de ser así mencione uno de ellos.

SI NO


Escriba un objetivo.

Podr realizar reglamentos para ~~no~~ tener la normativa necesaria y la planificación


4. FOTOGRAFÍA DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS VOCALES Y FUNCIONARIOS DEL GAD PARROQUIAL DE LLACAO.



5. ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA DE LLACAO.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
SALESIANA
ECUADOR



POSGRADOS
SALESIANA

Encuesta a los moradores pertenecientes a la parroquia de Llaqueo:

1. Mencione el nombre del presidente del Gad parroquial de Llaqueo:
Arquitecto Walter Quito
2. ¿Conoce el nombre de las autoridades del Gad parroquial de Llaqueo?
 SI NO
 Mencione dos:
Walter Quito
Rosa Cabrera
3. ¿Conoce los proyectos que realiza el Gad parroquial de Llaqueo?
 SI NO
 Mencione uno:
4. ¿Considera usted que los servicios brindados por la institución son óptimos para la parroquia?
 SI NO
5. ¿Conoce usted la imagen o logotipo que representa el Gad parroquial de Llaqueo?
 SI NO
6. ¿En qué horario se conecta con más frecuencia y mayor tiempo a internet y a las redes sociales?

 Mañana
 Tarde
 Noche
7. ¿Conoce usted los medios de comunicación digital que hoy en día son utilizados para la difusión de información?
 SI NO
 Mencione dos medios de comunicación digital:
Tik tok
facebook.

