



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



**EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

**“ANÁLISIS DE LA ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN DEL GAD MUNICIPAL DE**  
**URDANETA EN EL 2022”**

**AUTORA:**

**ASTUDILLO CARRIEL GISELLA JACINTA**

**TUTORA**

**MSC. CAMPI CEVALLOS CUMANDA**

**BABAHOYO – 2023**

### **Dedicatoria**

En el transcurso de la vida Dios nos pone muchos retos difíciles, para poderlos superar uno de los más fuertes y que requiere de mucha valentía es superar la pérdida de personas importantes en nuestras vidas. Mi abuelito Carriel que ya no está en este mundo, pero él quería que sus nietas sean profesionales poco a poco se está logrando. También es dedicado a mis padres, hermanas y esposo, porque a pesar de todo siempre estamos unidos.

### **Agradecimiento**

Un agradecimiento especial a Dios porque sin él yo no estuviera logrando este proceso, luego a mis padres Tomas y Consuelo, por ser mi fuente de apoyo, siempre han estado para que logre ser profesional como tanto lo anhelan. Mi esfuerzo y dedicación es gracias a mis distinguidos docentes, por impartir conocimientos y prepararme para mi vida profesional y personal. Mi esposo que nunca me dejó sola y nunca me abandono en este reto, porque soy su orgullo. A mi tutor por su rol de responsabilidad con sus estudiantes para obtener el mejor resultado en nuestra sustentación. Finalmente, a mis amigos, aunque a veces no nos entendemos, pero siempre nos apoyamos con cualquier actividad que nos enviaban.

Que él te dé el deseo de tu corazón y haga que todos tus planes tengan éxito.

**Salmo 20:4**

## Resumen

La comunicación en las organizaciones es un elemento vital para toda institución pública o privada en su desarrollo y fortalecimiento, permitiendo una participación activa y así corregir errores en los procesos con el fin de presentar ideas y estrategias claras para que todos se sientan conformes e informados, brindando además un mejor ambiente laboral.

La presente investigación tiene como finalidad desarrollar los componentes de las estrategias comunicacionales a nivel interno y externo del GAD Municipal de Urdaneta en el año 2022, realizando un análisis de qué estrategias son más factibles de utilizar para alcanzar los objetivos de la institución. En este sentido, las estrategias juegan un papel muy importante en las actividades de la institución, para que estas puedan efectuarse de forma organizada y eficiente.

En el primer capítulo, se establece la posible problemática para desarrollar la investigación, además se definen los objetivos de la investigación, tanto general y específicos. En el segundo capítulo, se describe el marco teórico con los términos relacionados a las comunicaciones a nivel interno y externo de una organización, por lo cual se hace uso de fuentes bibliográficas de segunda mano. En el tercer capítulo se desarrolla el marco metodológico, se presenta el tipo y enfoque de investigación, los instrumentos de recopilación de información y el análisis de los resultados de estos. Finalmente, se expone el diseño de las estrategias comunicacionales a llevar a cabo en la investigación.

**Palabras claves:** Alcance, Comunicación, Información, Organización, Personal.

### **Abstract**

Communication in organizations is a vital element for any public or private institution in its development and strengthening, allowing active participation and thus correcting errors in the processes in order to present clear ideas and strategies so that everyone feels satisfied and informed. also providing a better work environment.

The purpose of this research is to develop the components of the communication strategies at the internal and external level of the Municipal GAD of Urdaneta in the year 2022, carrying out an analysis of which strategies are more feasible to use to achieve the objectives of the institution. In this sense, strategies play a very important role in the activities of the institution, so that they can be carried out in an organized and efficient manner.

In the first chapter, the possible problems to develop the investigation are established, in addition the objectives of the investigation, both general and specific, are defined. In the second chapter, the theoretical framework is described with the terms related to communications internally and externally of an organization, for which second-hand bibliographic sources are used. In the third chapter, the methodological framework is developed, the type and focus of the research, the information gathering instruments and the analysis of their results are presented. Finally, the design of the communication strategies to be carried out in the investigation is exposed.

**Key words:** Outreach, Communication, Information, Organization, Coworkers.

## Índice de contenidos

<b>Dedicatoria .....</b>	<b>I</b>
<b>Agradecimiento .....</b>	<b>I</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>II</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>III</b>
<b>Capítulo I Planteamiento del problema.....</b>	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema .....	2
1.3 Sistematización del problema .....	2
1.4 Objetivos de la investigación .....	2
1.4.1 Objetivo general.....	2
1.4.2 Objetivos específicos.....	2
1.5 Justificación .....	3
1.6 Línea de investigación .....	4
<b>Capítulo II Marco teórico .....</b>	<b>4</b>
2.1 Antecedentes teóricos .....	4
2.2 Marco Conceptual.....	5
2.2.1 Comunicación.....	5
2.2.2 Elementos de la comunicación.....	6
2.2.3 Comunicación organizacional.....	7

2.2.4 Comunicación interna y externa. ....	7
2.2.5 Modelo de comunicación de Shannon y Weaver.....	8
<b>Capítulo III Marco metodológico .....</b>	<b>10</b>
3.1 Metodología .....	10
3.2 Objetivos del marco metodológico .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
3.2.1 Objetivos específicos. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
3.3 Instrumento de recolección de datos.....	10
3.4 Población y muestra de la investigación.....	10
3.5 Análisis cualitativo de resultados de la entrevista .....	11
3.6 Análisis Cuantitativo de los Resultados de las Encuestas .....	12
<b>Capítulo IV Resultado o propuesta.....</b>	<b>16</b>
4.1 Título de la propuesta.....	16
4.2 Estrategias de comunicación internas del GAD Municipal de Urdaneta.....	16
4.2.1 Capacitación a trabajadores. ....	16
4.2.2 Utilizar una plataforma para el envío de información. ....	16
4.2.3 Visitas técnicas y turísticas .....	17
4.2.4 Actividades de recreación con el personal.....	17
4.3 Estrategias de comunicación externas del GAD Municipal de Urdaneta.....	17
4.3.1 Mejorar la imagen de la institución .....	17
4.3.2 Campañas en redes sociales .....	18

4.3.3 Difusión en medios tradicionales.....	18
4.3.4 Crear una red de denuncias online.....	19
4.4 Discusión de resultados.....	20
<b>Conclusiones.....</b>	<b>21</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>21</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>22</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>25</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Diagrama esquemático del modelo de Shannon y Weaver .....	9
<b>Figura 2</b> Pregunta 1 .....	13
<b>Figura 3</b> Pregunta 3.....	14
<b>Figura 4</b> Pregunta 4.....	15
<b>Figura 5</b> Correo electrónico institucional .....	16
<b>Figura 6</b> Visitas técnicas y turísticas.....	17
<b>Figura 7</b> Imagen de la institución .....	18
<b>Figura 8</b> Campañas en redes sociales .....	18
<b>Figura 9</b> Difusión en medios tradicionales .....	18
<b>Figura 10</b> Evidencia de entrevista.....	24

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Elementos de la comunicación.....	6
<b>Tabla 2</b> Análisis de entrevista a experta.....	11
<b>Tabla 3</b> Pregunta 1 .....	12
<b>Tabla 4</b> Pregunta 3 .....	14
<b>Tabla 5</b> Pregunta 4 .....	15
<b>Tabla 6</b> Formulario de encuesta .....	22



## Capítulo I Planteamiento del problema

### 1.1 Planteamiento del problema

“Comunicación es el término dado al conjunto de actividades que emprende una organización para construir buenas relaciones con y entre sus miembros utilizando varios medios de comunicación, y cómo el trabajo de los miembros contribuye al logro de los objetivos.”

(TORRES L, 2018)

A nivel nacional, la cultura organizacional de las empresas ecuatorianas ha sido un factor muy importante para la aplicación de las herramientas comunicativas y ha pasado a ser un elemento a tomar en cuenta, debido a la gran influencia que tiene en los miembros que forman la organización, por esta razón autores como Robbins (2019), menciona que “la cultura organizacional se refiere a un sistema de significado compartido por los miembros, el cual distingue a una organización de las demás, como pilar en el desarrollo de herramientas de control que guíen y modelen el comportamiento de los empleados.” Empresas como Nestlé Ecuador S.A. dio a conocer cambios drásticos en su departamento de comunicación en los años 90s, impulsados por la idea de un solo departamento enfocado en la comunicación interna y externa con el propósito de que los empleados obtengan un mayor conocimiento sobre la cultura interna y una mayor aproximación a la empresa. De acuerdo al Observatorio de Comunicación Interna (2021), indica que “los empleados tienen acceso a “Nestlé TV”, una televisión on line a la carta en la que los ellos eligen qué y cuándo quieren ver desde seis canales temáticos. Otra herramienta llamada "Cuadernos de Nestlé" informa sobre aspectos individuales de la RSE.”

El GAD Municipal de Urdaneta a pesar de contar con un Departamento de Comunicación Interna y Externa da a conocer inadecuadamente las actividades en el cantón, por lo cual existe disconformidad ya que se manifiesta que estas herramientas no abarcan todos los sectores, por lo

tanto, hay desconocimiento de las actividades y políticas que implementa la institución en el cantón Urdaneta.

## **1.2 Formulación del problema**

De acuerdo a Macassi (2018), menciona que “las estrategias comunicacionales se diseñan con el fin de que quienes conforman una empresa, puedan comunicarse de forma efectiva, logrando que los procesos se realicen de forma organizada, adaptándose a las necesidades de cada contexto.” (p. 7)

En relación a lo anteriormente mencionado, se formula la siguiente pregunta de investigación, ¿Qué factores sociales se deben tomar en cuenta para la elaboración de estrategias comunicacionales internas y externas del GAD Municipal Urdaneta en el año 2022?

## **1.3 Sistematización del problema**

- ✓ ¿Cuál es el impacto de la comunicación del GAD Municipal Urdaneta en la comunidad?
- ✓ ¿Cuál es el sistema de comunicación interno y externo que posee el cantón Urdaneta?
- ✓ ¿De qué manera beneficiaría la elaboración de estas herramientas de comunicación al GAD Municipal Urdaneta?

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### ***1.4.1 Objetivo general.***

Analizar las estrategias de comunicación del GAD Municipal de Urdaneta en el 2022.

### ***1.4.2 Objetivos específicos.***

- ✓ Analizar el marco teórico de las estrategias comunicacionales a elaborar.
- ✓ Determinar los factores sociales que inciden en la elaboración de herramientas comunicacionales en el cantón Urdaneta.

- ✓ Realizar un benchmarking de los demás Gobiernos Autónomos Descentralizados a nivel regional.

### **1.5 Justificación**

La comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado de Urdaneta debe ser efectiva y eficaz para todos los miembros que conforman en general la ciudadanía del cantón, que al ser una entidad pública tiene que proyectar una buena imagen a toda la colectividad.

Es fundamental la implementación de estrategias comunicacionales que ayuden a considerar los múltiples problemas que afectan al cantón para solucionarlos.

Al respecto, Aquino (2018) afirma que “las estrategias comunicacionales son un asunto vital para toda organización, ya que, además de compartir valores y generar cultura, permite el desarrollo de las actividades programadas, convirtiéndose en un recurso estratégico y lleno de oportunidades para establecer mejoras en la institución.”

Los motivos que llevaron a la creación de estrategias comunicacionales internas y externas del GAD municipal Urdaneta, se centra en el impacto que tiene el sistema actual dentro y fuera de la institución y a partir de este aprovechar la oportunidad de aportar con estrategias que beneficien a la entidad y a los ciudadanos del cantón mejorando la comunicación con el público con mejor organización y eficacia, evitando el desconocimiento por parte de ciertos sectores del cantón. Además, la presente investigación busca impulsar la imagen de la entidad hacia los demás entes externos a nivel nacional.

## **1.6 Línea de investigación**

- ✓ Línea de investigación de la Universidad: Educación y Sociedad.
- ✓ Línea de investigación de la Facultad: Comunicación intercultural y participativa.
- ✓ Línea de investigación de la Carrera: Procesos y fenómenos de la investigación.
- ✓ Sub-línea de investigación de la Carrera: Comunicación política.

## **Capítulo II Marco teórico**

### **2.1 Antecedentes teóricos**

“Los antecedentes del problema son una asimilación de las investigaciones o trabajos realizados previamente sobre el problema planteado.” (Vanessa, 2020). Se refieren a todos los estudios de caso llevados a cabo anteriormente, es decir, las investigaciones que se han procesado o propuesto las mismas variables para objetivos similares. Además, sirven como una guía para los investigadores que permite asimilar y tener la idea de resolver ciertas problemáticas.

Según Paulo Lituma en su investigación sobre la elaboración de un plan de comunicación para el GAD de Gualaceo (2020), concluye que “la comunicación que se utiliza en el GAD de este cantón, es espontánea, mas no planificada, ni con estrategias previas que permiten cumplir los objetivos.” Estos objetivos son dirigidos al público interno y externo, además de las relaciones interinstitucionales.

Ana Pacheco en su investigación sobre la comunicación del municipio de Urdaneta y su impacto comunicacional en la parroquia Ricaurte (2018), concluye que “Las personas tienen conocimientos del Departamento de Comunicación del Municipio de Urdaneta, sin embargo, hay una mala percepción en torno a la comunicación externa que realiza el Municipio.” (p. 62)

Adicional, se puede deducir que el Municipio del Cantón Urdaneta, no posee los medios suficientes para mantener informados a los ciudadanos del cantón.

## **2.2 Marco Conceptual**

### ***2.2.1 Comunicación.***

Citando a Contreras (2020), la comunicación es un proceso diligente, incierto e interminable que le sigue desde el nacimiento del hombre. La disciplina se ha desarrollado e integrado en diversos grupos sociales, y la comunicación misma como proceso y herramienta importante de la comunicación humana también se ha transformado en todos sus campos de estudio.

Esto indica que la comunicación es esencialmente la capacidad de una persona para comunicarse con los demás, es un intercambio de ideas, hechos, opiniones entre dos o más personas.

### 2.2.2 Elementos de la comunicación.

Cada vez que se establece una conversación, se envían mensajes de texto o se toma parte de una reunión de negocios se involucra una comunicación. Cuando dos personas se envían un mensaje de texto se implican un proceso básico, aunque parezca simple la comunicación tiene un número de componente a tomar en cuenta.

**Tabla 1** *Elementos de la comunicación*

El remitente	El proceso de comunicación comienza con un remitente, también llamado la fuente. El remitente tiene algún tipo de información que puede ser un pedido, solicitud, pregunta o idea que quiere mostrar a los demás. Para recibir un mensaje, el remitente primero debe codificar el mensaje en una forma comprensible, como lenguaje sencillo y luego transmitirlo.
El receptor	La persona que recibe la información se llama receptor o traductor. Para comprender el mensaje de un remitente, el receptor primero debe poder recibir el mensaje del remitente y luego decodificarlo o interpretarlo.
El mensaje	El mensaje o contenido es la información que el emisor quiere transmitir al receptor. Se puede transmitir información adicional a través del lenguaje corporal y el tono de voz.
El medio	Un medio, también conocido como canal, es la forma en que se transmiten los mensajes. Por ejemplo, los mensajes de texto se envían a través de teléfonos móviles.

---

La retroalimentación

El proceso de comunicación finaliza cuando los mensajes se han transmitido, recibido y entendido con éxito. El destinatario responde al remitente y expresa comprensión.

---

**Elaborado por:** Gisella Astudillo

### ***2.2.3 Comunicación organizacional.***

El análisis de la comunicación organizacional se enfoca en el comportamiento humano. Darse cuenta de que son importantes para ellos mismos y para los demás junto con sus pensamientos sobre la organización y el trabajo.

Como opina Fernández (2018), la comunicación organizacional tiene lugar dentro de la cultura organizacional; crea un sistema de vías a través de las cuales fluye la información y crea patrones de interacción entre los miembros de la organización; puede ser formal o informal, aunque en la práctica las dos estructuras están tan entrelazadas que es difícil trazar límites.

De ahí el estudio de la comunicación organizacional explora cómo cada empresa crea un entorno que afecta la vida personal de las personas. La comunicación organizacional atrae la atención de las personas, se realiza un análisis y por qué toda institución es producto de la interacción individual y relaciones públicas.

### ***2.2.4 Comunicación interna y externa.***

El tipo de comunicación que posee cada organización depende del receptor al que va dirigida la información. Como señala Ortega (2020):

La información generalmente solo está disponible para los empleados y no está disponible para personas ajenas a la organización. La comunicación interna ayuda a crear un ambiente agradable, motiva el trabajo y ayuda a los empleados a comprender y conocer la organización.

La comunicación externa está dirigida específicamente a personas ajenas a la organización, como clientes, clientes potenciales, socios, medios de comunicación, competidores o reguladores como los gobiernos. Las empresas se toman su tiempo para desarrollar mensajes para grupos objetivo externos para crear una imagen positiva de la empresa.

En definitiva, la comunicación interna es el intercambio de información dentro de una organización. Los mensajes se pueden intercambiar a través de contacto personal, teléfono, correo electrónico, o sitios web solo para empleados, etc. La comunicación interna ayuda a los empleados a hacer su trabajo, crea una comprensión clara de la misión de la organización, identifica y resuelve rápidamente los problemas potenciales. En la comunicación externa la comunicación puede tener lugar tanto dentro como fuera de la organización. Las organizaciones se comunican con el mundo exterior a diario.

### ***2.2.5 Modelo de comunicación de Shannon y Weaver.***

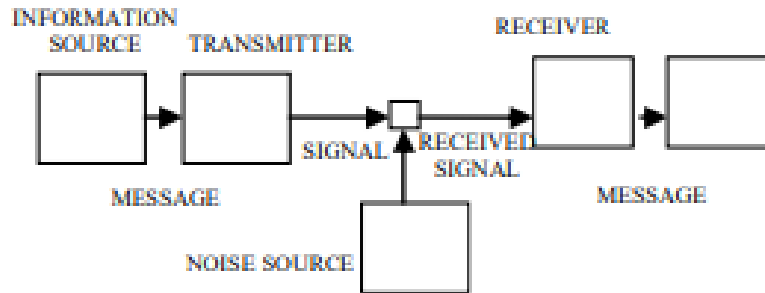
“Un modelo es un constructo científico en el que se basa la realidad educativa. Entonces, un modelo es una representación teórica de algo que luego se pondrá en práctica en un contexto particular.” (pedagógico, 2018)

Modelos basados en la transmisión de información del Modelo de Shannon y Weaver de 1949 son los más comúnmente Modelos de comunicación utilizados a nivel técnico. Si bien el diagrama de Shannon y Weaver está inspirado tecnología de telecomunicaciones, la idea básica es bastante antigua, y fue propuesto originalmente como una cuenta de verbal comunicación. El modelo no es realmente un modelo de comunicación, sin embargo. Es, en cambio, un modelo del flujo de información a través de un medio, y un modelo incompleto y sesgado a los medios técnicos. El modelo sugiere que la comunicación dentro de un medio es frecuentemente directa y



unidireccional, pero en el mundo real de los medios, la comunicación casi nunca es unidireccional y a menudo es indirecto.

**Figura 1** Diagrama esquemático del modelo de Shannon y Weaver



**Elaborado por:** Gisella Astudillo

En efecto, el modelo proporciona un vocabulario para discutir ciertas cuestiones sobre la comunicación y, por lo tanto, es más como una herramienta para el científico que para uso en, por ejemplo, práctica de desarrollo de sistemas.

## Capítulo III Marco metodológico

### 3.1 Metodología

- ✓ La metodología que se llevará cabo en el presente estudio de caso es la investigación exploratoria con un enfoque cualitativo mixto donde predominan los datos cualitativos y luego los datos cuantitativos ya que se realizaron entrevistas a expertos sobre el tema y encuestas tanto a los ciudadanos del cantón Urdaneta para poder identificar factores que inciden en la elaboración de nuevas herramientas de comunicación en la comunidad y también a los miembros de la institución para poder analizar el sistema de comunicación interno del GAD Municipal Urdaneta y así obtener una base de datos que sirvan de apoyo en la creación de las estrategias

### 3.2 Instrumento de recolección de datos

Para recolectar información se utilizarán:

La técnica de la encuesta a través de un cuestionario de 8 ítems con preguntas que tienen dos opciones de respuesta. “El cuestionario es el instrumento más común, ya sea que se aplique en persona, por teléfono, por correo electrónico o en línea.” (Amstrong & Kotler, 2013, p. 112)

La técnica de la entrevista estructurada mediante un guion de 8 preguntas ya redactadas previamente que se realizará una experta en herramientas de comunicación. “Las entrevistas individuales implican hablar con las personas en sus casas u oficinas, en la calle o en centros comerciales.” (Amstrong & Kotler, 2013, p. 107)

### 3.3 Población y muestra de la investigación

Para la realización de las entrevistas se tomarán en cuenta a una experta en herramientas de comunicación internas y externas del cantón Urdaneta.

La encuesta se realizará sobre la totalidad de habitantes en el cantón Urdaneta hasta el 2020. Luego de aplicar la técnica de muestreo por conveniencia, ya que permitirá seleccionar sujetos de estudios de una mayor accesibilidad a través de un contacto que ayudará a enviar las encuestas online a conocidos, se establece un total de 100 personas del cantón Urdaneta a quienes se va a realizar la encuesta.

### 3.4 Análisis cualitativo de resultados de la entrevista

El objetivo de las entrevistas a la Lcda. Kathiuska Jaen experta en el área de herramientas comunicacionales, es dar a conocer de manera interna los procesos de comunicación interna en el Gobierno Municipal del cantón Urdaneta.

**Tabla 2** *Análisis de entrevista a experta*

Preguntas	Análisis de las respuestas
1. ¿Considera usted que la comunicación fluye bien en el GAD Municipal?	Expresa que dentro de la institución se mantiene una excelente relación entre compañeros, lo que permite ejecutar de manera eficaz todas las actividades dirigidas a la ciudadanía.
2. ¿Cree usted que la directora de comunicación gestiona información de las actividades de manera eficiente hacia usted?	Manifiesta que la directora realiza una buena gestión de toda la información respecto a las actividades que ya están programadas.
3. ¿Cuál es el medio de comunicación interna que utilizan en el GAD Municipal con más frecuencia y, por qué?	Cuenta que los medios de comunicación interna que usan en dentro del GAD Municipal son los medios tecnológicos, a través de los grupos de conversación se envían información constante de lo planificado diaria o mensualmente, para mantener una excelente comunicación entre todos, ya que hay ocasiones que se complica la comunicación por las diferentes actividades que se realizan.
4. ¿Considera usted que dentro de la Institución se desarrollan estrategias comunicacionales enfocadas a fortalecer la comunicación interna?	Describe que dentro del GAD están enfocados constantemente a mantener una dinámica de compañerismo activa, con el fin de que la comunicación permanezca dentro del área

	labora, se realizan convivencias para saber la opinión o proyectos para mejorar de todos.
5. ¿Cuáles son esas estrategias que utiliza la institución?	Indica que frecuentemente dentro de la institución se mantienen pausas activas para aprovechar un compartir con los compañeros y dialogar las situaciones y que alternativas tomar en caso de que aparezcan algún inconveniente o planes que tengan para el bien común del bienestar del ciudadano.
6. ¿Durante el tiempo que usted ha trabajado en la institución, qué estrategia no le dio resultados?	Menciona que no puede dar el nombre de alguna estrategia que no le haya dado resultados porque favorablemente las estrategias que se han planteado por las autoridades han funcionados y están a la vista de todos los habitantes.
7. ¿Considera importante una comunicación efectiva de la institución con la comunidad del cantón Urdaneta?	Considera que estratégicamente la autoridad de la institución se ha preocupado bastante por mantener la comunicación con los ciudadanos, sin embargo, las autoridades siempre buscan el beneficio de los ciudadanos del cantón y siempre hay ciudadanos que no reclaman nada al municipio, por lo que se busca muchas veces llegar a esos sectores del cantón.
8. ¿Considera usted que se deben realizar mejoras en las estrategias de comunicación de la institución con la comunidad del cantón y, por qué?	Afirma que siempre se trata de innovar la manera de llegar a los ciudadanos la información de vital importancia a través de las redes sociales para mantener una buena relación y obtener diariamente buenos resultados, pero se busca también poder llegar a más ciudadanos para trabajar en conjunto con las autoridades para el bienestar de ellos.

**Elaborado por:** Gisella Astudillo

### 3.5 Análisis Cuantitativo de los Resultados de las Encuestas

**Pregunta 1. - ¿Conoce si existe algún departamento de comunicación en el Municipio de Urdaneta?**

**Tabla 3 Pregunta 1**

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

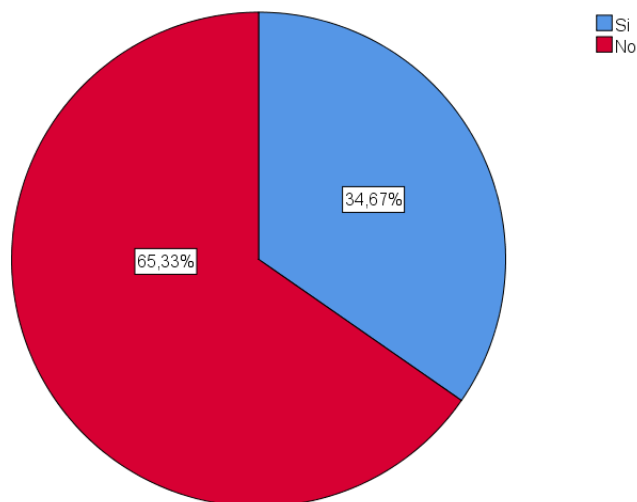
---

Si	26	34,7	34,7	34,7
No	49	65,3	65,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

---

**Elaborado por:** Gisella Astudillo

**Figura 2** *Pregunta 1*



Aquellos que no conocen si existe algún departamento de comunicación en el Municipio de Urdaneta tienen una concentración del 65%, seguido de las personas que si conocen que representan un 35% del total de encuestados.

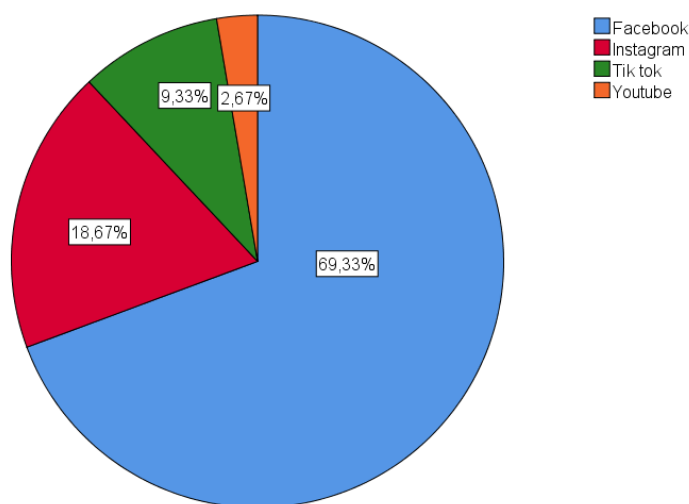
**Pregunta 3. - ¿Qué red social es la que utiliza para ver noticias y novedades del municipio de Urdaneta?**

**Tabla 4 Pregunta 3**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Facebook	52	69,3	69,3	69,3
Instagram	14	18,7	18,7	88,0
Tik tok	7	9,3	9,3	97,3
Youtube	2	2,7	2,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Gisella Astudillo

**Figura 3 Pregunta 3**



Las redes sociales donde se da a conocer la información del Municipio de Urdaneta siendo mayormente Facebook vista con un 69%, seguida de Instagram con 19%, un 9% en Tik tok y por último Youtube con un 3%.

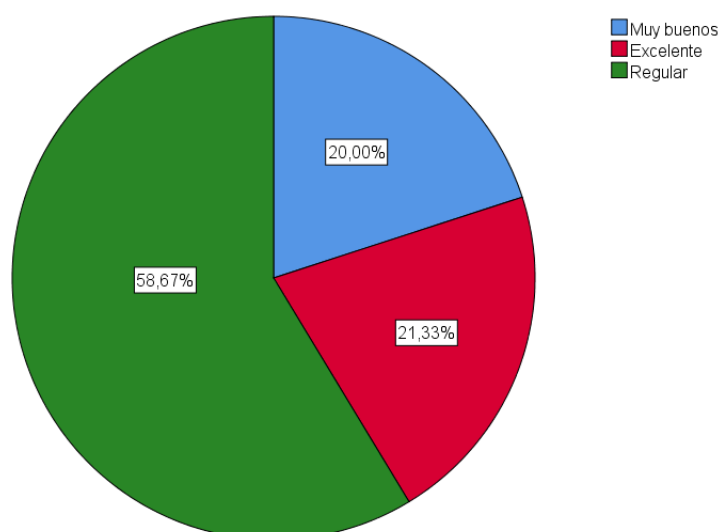
**Pregunta 4. - ¿Cómo valoraría la atención e información que reciben del Municipio?**

**Tabla 5 Pregunta 4**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy buenos	15	20,0	20,0	20,0
Excelente	16	21,3	21,3	41,3
Regular	44	58,7	58,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Gisella Astudillo

**Figura 4 Pregunta 4**



Los encuestados indicaron que la información que reciben del municipio es muy buena en un 20%, seguido de 21% que indican que es excelente y por último un 59% que dicen que la información brindada es regular.

## Capítulo IV Resultado o propuesta

### 4.1 Título de la propuesta

Establecer estrategias de comunicación para el GAD Municipal del cantón Urdaneta.

### 4.2 Estrategias de comunicación internas del GAD Municipal de Urdaneta

#### 4.2.1 Capacitación a trabajadores.

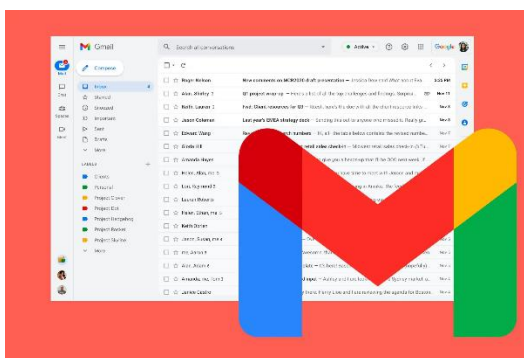
Las capacitaciones que se quieren implementar estarán dirigidas a temas de gran interés que abarca todo el proceso de comunicación, temas de mediación de conflictos, comunicación organizacional, planeamiento estratégico, imagen institucional y ambiente laboral.

Las capacitaciones tendrán lugar dentro las instalaciones usando los recursos tecnológicos que ofrece la institución para desarrollar evaluaciones y constatar que la información haya sido aprendida de forma eficaz.

#### 4.2.2 Utilizar una plataforma para el envío de información.

Muchas instituciones actualmente manejan el correo institucional, con este se pueden formar grupos online de trabajo para no solamente enviar texto, sino compartir imágenes y videos que en ocasiones sobrepasa el tamaño de capacidad que poseen otras aplicaciones como WhatsApp o Messenger. Esta propuesta facilitará la recepción de la información y un manejo más interactivo del medio digital. Un ejemplo sería, [inicialapellido@gadurdaneta.com](mailto:inicialapellido@gadurdaneta.com).

**Figura 5** Correo electrónico institucional





### **4.2.3 Visitas técnicas y turísticas**

El objetivo de esta propuesta es realizar visitas técnicas junto a los técnicos asignados a los lugares donde se hayan realizado obras previamente planificadas. Además, se realizarán visitas turísticas a los lugares de entretenimiento que ofrece el cantón, las visitas se podrían realizar con 20 miembros entre los cuales constan ciudadanos y empleados de la institución.

**Figura 6** *Visitas técnicas y turísticas*



### **4.2.4 Actividades de recreación con el personal**

Las autoridades deben establecer en su plan de trabajo actividades recreativas para todo el personal con el fin de mejorar la comunicación entre todos los empleados, además de ser un espacio para poder escuchar la opinión o proyectos que tengan para implementar en la institución en beneficio de los habitantes del cantón.

## **4.3 Estrategias de comunicación externas del GAD Municipal de Urdaneta**

### **4.3.1 Mejorar la imagen de la institución**

A través de la encuesta a los habitantes se pudo constatar que estos no conocen ciertos aspectos de la institución, por lo que influye en el impacto y alcance de la información que se desea transmitir, por lo que se propone realizar cambios en la imagen, partiendo desde el logo, resaltando la labor de los ciudadanos y las actividades que mantienen la economía del cantón Urdaneta. Además, de realizar ciertas actividades recreativas en beneficio de los habitantes, como donaciones, vigiliadas, certámenes, etc.

**Figura 7** *Imagen de la institución*



#### **4.3.2** *Campañas en redes sociales*

Al analizar la encuesta se pudo apreciar que los ciudadanos del cantón reciben la información a través de la plataforma Facebook, por lo que se debe realizar campañas digitales no solamente en esta red social, sino buscar que el alcance llegue a más personas tanto dentro como fuera del cantón, promocionando videos de las obras o actividades realizadas en beneficio de los ciudadanos para crear un mayor impacto en la comunidad.

**Figura 8** *Campañas en redes sociales*



#### **4.3.3** *Difusión en medios tradicionales*

A través de la encuesta se afirmó que los ciudadanos solo se enteran de las novedades del cantón por medio de internet, se propone dar un mayor realce a la difusión en televisión, radio y periódicos en el cantón, estableciendo presupuestos y un departamento encargado de negociar la pauta para estos medios. Entre las emisoras en el cantón están Radio Manía, Radio Z1, La Propia, entre otras.

**Figura 9** *Difusión en medios tradicionales*



#### ***4.3.4 Crear una red de denuncias online***

De acuerdo a la entrevista realizada, los ciudadanos muchas veces no acuden a las instalaciones del Municipio a realizar las respectivas denuncias, entonces se propone crear un espacio online donde los ciudadanos puedan escribir sus denuncias de forma pública o privada y luego llevarlas al mundo real, siendo recibidas por alguna comisión de la institución y que se encargue de realizar un seguimiento a estas hasta llegar a una solución.

#### 4.4 Discusión de resultados

En conclusión, a través de la recopilación de datos por medio de las entrevistas a una experta se mencionó la importancia de fortalecer y crear estrategias de comunicación dentro del GAD Municipal de Urdaneta promoviendo una cultura organizacional en todo el personal, para que sean más eficaces y contribuyan con nuevas ideas para proyectos en beneficio de todos los habitantes del cantón.

Se concluyó luego de recopilar los datos por medio de las encuestas desarrolladas para conocer los factores que inciden a la creación de estrategias, el 65% de los encuestados menciona no conoce la existencia de un departamento de comunicación en el Municipio del cantón, al consultarles sobre el medio por el cual recibían la información referente al cantón, un 95% expuso que lo hace por internet y el otro 5% lo hace por televisión. Esto demostró la iniciativa de difundir la información por estos medios. Las redes sociales son de gran importancia ya que son utilizados por muchas instituciones, al consultar que red social les ayuda a recibir de manera más eficaz la información, un 69% de los consumidores alegó que la red social Facebook es la más conveniente, por otro lado, solo un 19% de los encuestados mencionaron que Instagram.

Respecto a cómo valoran la información recibida del Municipio, un 59% respondió que la información es regular, por lo que es una amenaza que la institución debe reforzar. Al consultar si la creación de estrategias de comunicación mejoraría la credibilidad de la institución, se logró una aceptación de un 60% motivados a contribuir para la mejora del Municipio y el cantón Urdaneta.

## **Conclusiones**

Gracias a todo lo expuesto anteriormente, se pudo interpretar que las herramientas de comunicación tanto de forma interna y externas del GAD Municipal del cantón Urdaneta funcionan de manera regular, pero hay factores como el alcance de la información, ya que hay ciudadanos que reportan que no la reciben debido al sector donde habitan o no poseen los medios necesarios, además que dentro de la institución los medios utilizados para enviar mensajes al personal no son suficientes

Como consecuencia, se propuso mejorar las herramientas y estrategias de comunicación que posee la institución y también implementar nuevas tácticas para mejorar la comunicación entre el personal y el impacto de la información en los ciudadanos, además de crear un reconocimiento de marca que motive a los ciudadanos a estar atentos a la información que se publique en redes sociales y medios tradicionales.

Se analizó el marco teórico de las estrategias de comunicación, se determinaron los factores que inciden en la comunicación del cantón, y por último se diseñaron los componentes de las estrategias de comunicación internas y externas del GAD Municipal de Urdaneta.

## **Recomendaciones**

- ✓ Trabajar en conjunto con empresas de Branding para mejorar la imagen de la institución ya que es lo primero que se proyecta dentro y fuera del cantón.
- ✓ Realizar capacitaciones al personal que no utiliza los medios digitales, ya que actualmente existen muchas oportunidades por estos medios para enviar y recibir información de vital importancia.
- ✓ Realizar un estudio de campo que englobe a las personas que vivan en las afueras del cantón y constatar si la información que se envía llega a dichos sectores.

## Anexos

### Anexo 1.- Formulario de encuesta a habitantes del cantón Urdaneta

**Tabla 6** Formulario de encuesta



## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN CARRERA EN COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)

---

### Encuesta dirigida a los habitantes del cantón Urdaneta.

**Instrucciones:** Lea con detenimiento las siguientes preguntas y elija la respuesta marcando una X según su criterio.

#### 1. Género

- Masculino
- Femenino

#### 2. ¿Cuántos años tiene?

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 50 años
- 51 a más años

#### 3. ¿Conoce si existe algún departamento de comunicación en el Municipio de Urdaneta?

- Si
- No

#### 5. ¿Qué red social es la que utiliza para ver noticias y novedades del municipio de Urdaneta?

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- YouTube

#### 6. ¿Cómo valoraría la atención e información que reciben del Municipio?

- Muy bueno
- Excelente
- Regular

#### 7.- ¿El material informativo que recibe por parte del Municipio de Urdaneta es dirigido hacia usted?

- Si
  - No
  - Talvez
-

**4. Indique qué medio es el que más utiliza Para enterarse de las últimas novedades de la parroquia**

- Televisión
- Radio
- Periódicos
- Internet

**8. ¿Considera usted que es necesario que el GAD Municipal debe cambiar su proceso de comunicación hacia la comunidad para mejorar su credibilidad e imagen?**

- Si
- No
- Talvez

## **Anexo 2. – Cuestionario de entrevista a experta**



### **FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN CARRERA EN COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)**

#### **Entrevista dirigida a expertos en los departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Urdaneta**

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

1. ¿Considera usted que la comunicación fluye bien en el GAD Municipal?
2. ¿Cree usted que la directora de comunicación gestiona información de las actividades de manera eficiente hacia usted?
3. ¿Cuál es el medio de comunicación interna que utilizan en el GAD Municipal con más frecuencia y, por qué?
4. ¿Considera Usted que dentro de la Institución se desarrollan estrategias comunicacionales enfocadas a fortalecer la comunicación interna?
5. ¿Cuáles son esas estrategias que utiliza la institución?
6. ¿Durante el tiempo que usted ha trabajado en la institución, qué estrategia no le dio resultados?

7. ¿Considera importante una comunicación efectiva de la institución con la comunidad del cantón Urdaneta?

8. ¿Considera usted que se deben realizar mejoras en las estrategias de comunicación de la institución con la comunidad del cantón y, por qué?

### Anexo 3. – Evidencia de Entrevista

**Figura 10** Evidencia de entrevista





## Bibliografía

- Amstrong & Kotler. (2013). *Fundamentos del Marketing*.
- Aquino. (2018). Estrategias de Comunicación y Organización Institucional en la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. 76.
- Banco Mundial. (28 de Septiembre de 2022). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Cardona Paz, N. I., & Conde, S. A. (2020). “*Diseño de estrategias comunicativas para el posicionamiento en redes sociales RG peluquería [Tesis, Universidad Autónoma de Occidente]*”. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12457/T09317.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Castro, R. d. (5 de Junio de 2022). *Factores de cambio del derecho politico*. Obtenido de Un cambio : <https://uncambio.club/cambio/factores-de-cambio-del-derecho-politico/>
- Collado, C. F. (2018). *Teorías de la comunicación*. México. Retrieved from <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1134/pdf>
- Comunicare. (2019). *Comunicare*. Retrieved from [https://www.comunicare.es/tipos-de-estrategias-de-comunicacion-marketing/#%C2%BFQue\\_son\\_las\\_estrategias\\_de\\_comunicacion\\_de\\_marketing](https://www.comunicare.es/tipos-de-estrategias-de-comunicacion-marketing/#%C2%BFQue_son_las_estrategias_de_comunicacion_de_marketing)
- Del Alcazar Ponce, J. P. (Abril de 2022). Estado digital Ecuador 2022 - Estadísticas digitales. *Mentinno Innovation & Lifetime Value Partners*. Obtenido de <https://blog.formaciongerencial.com/estado-digital-ecuador-2022-estadisticas-digitales/>
- Delgado, O. E. (2020). Comunicación Organizacional Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *ORT URUGUAY*, 28.

FLORES, A. C. (2018). COMUNICACIÓN EXTERNA DEL MUNICIPIO DE URDANETA, PROVINCIA DE LOS RÍOS Y SU IMPACTO COMUNICACIONAL EN LA PARROQUIA RICAURTE, 2018. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

Interna, O. d. (2011, Octubre). *El departamento de comunicación interna en NESTLÉ*. Retrieved from <http://bit.ly/2gJMuAv>.

Judge, R. &. (2009). Comportamiento Organizacional.

Lituma, P. (2020). Elaboración de un plan de comunicación para el GAD de Gualaceo. Retrieved from <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20287/4/UPS-CT009139.pdf>

Macassi. (2018). Estrategias comunicativas para la licencia social en contexto de conflictividad.

Ortega, C. (2020). *QuestionPro*. Retrieved from <https://www.questionpro.com/blog/es/comunicacion-organizacional/>

TORRES L, T. (2012). Manual de Gestión de la Comunicación Organizacional. *Dominio de las Ciencias*.