



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

---

**LA COMUNICACIÓN COMO ELEMENTO DE FORTALECIMIENTO  
ORGANIZACIONAL EN EL GOBIERNO PARROQUIAL SANTA ROSA**

---

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciada en  
Comunicación Social.

**AUTORA:**

María José Vega Chicaiza

**TUTORA:**

Lcda. Mg. Eliza Carolina Bayas R.

AMBATO - ECUADOR

2017

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

El suscrito, Lcda. Mg. Eliza Vayas, CERTIFICA: Que la señorita MARÍA JOSÉ VEGA CHICAIZA portadora de la CC. 1804312054 está habilitada para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: “LA COMUNICACIÓN COMO ELEMENTO DE FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL EN EL GOBIERNO PARROQUIAL SANTA ROSA”, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social; por lo que en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 22 de Septiembre de 2017.



Lcda. Mg. Eliza Vayas

**TUTOR**

# AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el trabajo “La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional en el Gobierno Parroquial Santa Rosa”, así como los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de responsabilidad de la autora.

Ambato, 22 de Septiembre de 2017.



María José Vega Chicaiza

CC: 1804312054

**AUTORA**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga de este proyecto de investigación o parte de ella un documento disponible para la lectura consulta o procesos de investigación según la norma de la Institución.

Ambato, 22 de Septiembre de 2017.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'María José Vega Chicaiza', with a large, stylized flourish above the name.

María José Vega Chicaiza

CC: 1804312054

**AUTORA**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el trabajo de investigación: “La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional en el Gobierno Parroquial Santa Rosa”, presentado por María José Vega Chicaiza de conformidad con el Reglamento de Graduación para Obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,.....

Para constancia firman:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación es resultado del esfuerzo, constancia y responsabilidad, valores que me caracterizan como persona. Quiero dedicar este trabajo a Dios origen de amor, sabiduría y entendimiento .A quienes fueron fuente de apoyo incondicional para continuar con mis estudios, especialmente a mis queridos padres Luis Vega y María Chicaiza a mis hermanos Anita, Alexandra, Alejandro, Tannia a mi esposo Wilmer y a toda mi familia quienes han estado en los momentos más felices y en los más críticos de mi vida.

María José Vega Chicaiza

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la vida y por haberme permitido tener a los mejores padres del mundo quienes de una u otra manera supieron guiarme y cuidarme durante toda mi existencia, quienes han sabido brindarme su apoyo incondicional para seguir cada día con mis estudios, agradezco a mis amigos quienes supieron tenderme una mano en aquellos momentos en que más los necesitaba y llenándome de positivismo fueron de gran impulso para llegar hasta aquí.

Como no agradecer a mis maestros quienes supieron compartir sus conocimientos no solo a través de una aula de clases si no como amigos y a toda la Universidad Técnica de Ambato especialmente la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales a la Carrera de comunicación Social y a mi querida tutora de investigación Lcda. Mg. Eliza Carolina Vayas por tiempo brindado y apoyo todo el proceso.

María José Vega Chicaiza

## ÍNDICE GENERAL

### CONTENIDO

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvii
ÍNDICE DE FICHAS CUALITATIVAS .....	xviii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxiii
ABSTRACT.....	xxiv
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO 1.....	3
EL PROBLEMA.....	3
TEMA .....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
CONTEXTUALIZACIÓN.....	3
Gráfico N° 1 Árbol de Problema.....	6
ANÁLISIS CRÍTICO .....	7
PROGNOSIS .....	7
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
DELIMITACIÓN DEL OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN. ....	8
JUSTIFICACIÓN .....	9

Objetivo General: .....	11
<b>Objetivos Específicos:</b> .....	11
CAPÍTULO II.....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
Antecedentes Investigativos.....	12
Fundamentación Filosófica .....	13
Fundamentación Legal.....	14
Gráfico N° 2 Categorías Fundamentales .....	18
Gráfico N° 3 Constelación de Ideas de la Variable Independiente .....	19
Gráfico N° 4 Constelación de Ideas de la Variable Dependiente.....	20
CONCEPTUALIZACIÓN.....	21
CATEGORÍAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE .....	21
FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN .....	28
LA COMUNICACIÓN EN PROCESO DE CAMBIO .....	29
COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y LA ORGANIZACIÓN .....	33
CATEGORÍAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE .....	43
RELACIONES HUMANAS .....	47
LA COMUNICACIÓN Y LA ORGANIZACIÓN EN PROCESO DE CAMBIO .....	47
TRABAJO EN EQUIPO PARA FORTALECER LA ORGANIZACIÓN .....	48
CARACTERÍSTICAS DE UN LÍDER .....	49
FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL .....	49
Determinación de Variables.....	50
CAPÍTULO III.....	51
METODOLOGÍA .....	51
Enfoque de la Investigación.....	51
Modalidad de investigación .....	51
Tipo de la Investigación.....	52

Población y Muestra .....	52
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	53
Tabla N° 1 Variable Independiente: La comunicación como elemento.....	53
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	54
Tabla N° 2 Variable dependiente: fortalecimiento organizacional .....	54
Tabla N° 3 Plan de recolección de información.....	55
Plan de procesamiento de información .....	56
CAPÍTULO IV.....	57
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	57
<b>Ficha N° 1</b> .....	57
Fecha: 15 de enero de 2016.....	57
<b>Ficha N° 2</b> .....	58
Fecha: 15 de enero de 2016.....	58
<b>Ficha N° 3</b> .....	59
Fecha: 18 de enero de 2016.....	59
<b>Ficha N° 4</b> .....	60
Fecha: 21 de enero de 2016.....	60
<b>Ficha N° 5</b> .....	61
Fecha: 28 de enero de 2016.....	61
<b>Ficha N° 6</b> .....	62
Fecha: 05 de febrero de 2016 .....	62
<b>Ficha N° 7</b> .....	63
Fecha: 15 de febrero de 2016.....	63
<b>Ficha N° 8</b> .....	64
Fecha: 16 de febrero de 2016 .....	64
<b>Ficha N° 9</b> .....	65
Fecha: 16 de febrero de 2016 .....	65

<b>Ficha N° 10</b> .....	66
Fecha: 29 de febrero de 2016 .....	66
<b>Ficha N° 11</b> .....	67
Fecha: 08 de marzo de 2016 .....	67
<b>Ficha N° 12</b> .....	68
Fecha: 11 de marzo de 2016 .....	68
<b>Ficha N° 13</b> .....	69
Fecha: 11 de marzo de 2016 .....	69
<b>Ficha N° 14</b> .....	70
Fecha: 23 de marzo de 2016 .....	70
<b>Ficha N° 15</b> .....	71
Fecha: 31 de marzo de 2016 .....	71
<b>Ficha N° 16</b> .....	72
Fecha: 01 de abril de 2016 .....	72
<b>Ficha N° 17</b> .....	73
Fecha: 07 de abril de 2016 .....	73
<b>Ficha N° 18</b> .....	74
Fecha: 01 de abril de 2016 .....	74
<b>Ficha N° 19</b> .....	75
Fecha: 13 de abril de 2016 .....	75
<b>Ficha N° 20</b> .....	76
Fecha: 01 de abril de 2016 .....	76
<b>Ficha N° 21</b> .....	77
Fecha: 02 de mayo de 2016 .....	77
<b>Ficha N° 22</b> .....	78
Fecha: 02 de mayo de 2016 .....	78
<b>Ficha N° 23</b> .....	79

Fecha: 05 de mayo de 2016 .....	79
<b>Ficha N° 24</b> .....	80
Fecha: 25 de mayo de 2016 .....	80
<b>Ficha N° 25</b> .....	81
Fecha: 30 de mayo de 2016 .....	81
<b>Ficha N° 26</b> .....	82
Fecha: 01 de junio de 2016.....	82
<b>Ficha N° 27</b> .....	83
Fecha: 02 de junio de 2016 .....	83
<b>Ficha N° 28</b> .....	84
Fecha: 05 de junio de 2016.....	84
<b>Ficha N° 29</b> .....	85
Fecha: 01 de junio de 2016.....	85
<b>Ficha N° 30</b> .....	86
Fecha: 17 de junio de 2016.....	86
<b>Ficha N° 31</b> .....	87
Fecha: 14 de julio de 2016 .....	87
<b>Ficha N° 32</b> .....	88
Fecha: 18 de julio de 2016 .....	88
<b>Ficha N° 33</b> .....	89
Fecha: 18 de julio de 2016 .....	89
<b>Ficha N° 34</b> .....	90
Fecha: 09 de agosto de 2016 .....	90
<b>Ficha N° 35</b> .....	91
Fecha: 15 de agosto de 2016 .....	91
<b>Ficha N° 36</b> .....	92
Fecha: 17 de agosto de 2016 .....	92

<b>Ficha N° 37</b> .....	93
Fecha: 20 de agosto de 2016 .....	93
<b>Ficha N° 38</b> .....	94
Fecha: 21 de agosto de 2016 .....	94
<b>Ficha N° 39</b> .....	95
Fecha: 21 de agosto de 2016 .....	95
<b>Ficha N° 40</b> .....	96
Fecha: 21 de agosto de 2016 .....	96
<b>Ficha N° 41</b> .....	97
Fecha: 04 de septiembre de 2016.....	97
<b>Ficha N° 42</b> .....	98
Fecha: 07 de septiembre de 2016.....	98
<b>Ficha N° 43</b> .....	99
Fecha: 19 de septiembre de 2016.....	99
<b>Ficha N° 44</b> .....	100
Fecha: 23 de septiembre de 2016.....	100
<b>Ficha N° 45</b> .....	101
Fecha: 30 de septiembre de 2016.....	101
<b>Ficha N° 46</b> .....	102
Fecha: 03 de octubre de 2016 .....	102
<b>Ficha N° 47</b> .....	103
Fecha: 09 de octubre de 2016 .....	103
<b>Ficha N° 48</b> .....	104
Fecha: 15 de octubre de 2016 .....	104
<b>Ficha N° 49</b> .....	105
Fecha: 15 de octubre de 2016 .....	105
<b>Ficha N° 50</b> .....	106

Fecha: 15 de octubre de 2016 .....	106
<b>Ficha N° 51</b> .....	107
Fecha: 12 de diciembre de 2016.....	107
<b>Ficha N° 52</b> .....	108
Fecha: 19 de diciembre de 2016.....	108
<b>Ficha N° 53</b> .....	109
Fecha: 21 de diciembre de 2016.....	109
<b>Ficha N° 54</b> .....	110
Fecha: 21 de diciembre de 2016.....	110
<b>Ficha N° 55</b> .....	111
Fecha: 27 de diciembre de 2016.....	111
<b>Ficha N° 56</b> .....	112
Fecha: 4 de enero de 2017.....	112
<b>Ficha N° 57</b> .....	113
Fecha: 15 de enero de 2017.....	113
<b>Ficha N° 58</b> .....	114
Fecha: 17 de enero de 2017.....	114
<b>Ficha N° 59</b> .....	115
Fecha: 17 de enero de 2017.....	115
<b>Ficha N° 60</b> .....	116
Fecha: 24 de enero de 2017.....	116
Tabla N° 4 GUÍA DE ENTREVISTAS .....	117
VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS.....	128
CAPITULO V.....	130
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	130
CONCLUSIONES .....	130
RECOMENDACIONES.....	131

CAPITULO VI.....	132
PROPUESTA.....	132
Antecedentes de la propuesta.....	133
Análisis de factibilidad: .....	135
Fundamentación teórica: .....	136
PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	137
Público objetivo .....	137
Objetivos comunicacionales .....	137
Tabla N° 5 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA .....	138
Tabla N° 6 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA .....	139
Bibliografía .....	141
FUENTE OFICIAL .....	143
<u>ANEXOS</u> .....	144
Gráfico N° 5 Afiche promocional de la parroquia con el banner y el logo del GADPR Santa Rosa .....	145
Gráfico N° 6 Promoción de los cultivos en las zonas altas de la parroquia .....	146
Gráfico N° 7 Foto promocionando el tradicional pan de Santa Rosa (se maneja la imagen corporativa).....	146
ENTREVISTAS.....	147
Gráfico N° 8 Entrevista Ing. Patricio Villacis .....	147
Gráfico N° 9 Entrevista Tlgo. Alver Gavilanes .....	147
Gráfico N° 10 Entrevista Ing. Francisco Agualongo.....	148
Gráfico N° 11 Entrevista Ing. Benedicto Palomo .....	148
Gráfico N° 12 Entrevista Sr. Cristian Silva.....	149
PAPER.....	150

## ÍNDICE DE TABLAS

### Contenido

Tabla N° 1 Variable Independiente: La comunicación como elemento.....	53
Tabla N° 2 Variable dependiente: fortalecimiento organizacional .....	54
Tabla N° 3 Plan de recolección de información.....	55
Tabla N° 4 Guía de entrevistas.....	117
Tabla N° 5 Estrategias de comunicación interna.....	138
Tabla N° 6 Estrategias de comunicación externa.....	139

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### Contenido

Gráfico N° 1 Árbol de Problema .....	6
Gráfico N° 2 Categorías Fundamentales .....	18
Gráfico N° 3 Constelación de Ideas de la Variable Independiente .....	19
Gráfico N° 4 Constelación de Ideas de la Variable Dependiente .....	20
Gráfico N° 5 Afiche promocional de la parroquia con el banner y el logo del GADPR Santa Rosa .....	145
Gráfico N° 6 Promoción de los cultivos en las zonas altas de la parroquia.....	146
Gráfico N° 7 Foto promocionando el tradicional pan de Santa Rosa (se maneja la imagen corporativa) .....	146
Gráfico N° 8 Entrevista Ing. Patricio Villacis .....	147
Gráfico N° 9 Entrevista Tlgo. Alver Gavilanes.....	147
Gráfico N° 10 Entrevista Ing. Francisco Agualongo .....	148
Gráfico N° 11 Entrevista Ing. Benedicto Palomo .....	148
Gráfico N° 12 Entrevista Sr. Cristian Silva.....	149

# ÍNDICE DE FICHAS CUALITATIVAS

<b>Contenido</b>	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	57
<b>Ficha N° 1</b> .....	57
Fecha: 15 de enero de 2016.....	57
<b>Ficha N° 2</b> .....	58
Fecha: 15 de enero de 2016.....	58
<b>Ficha N° 3</b> .....	59
Fecha: 18 de enero de 2016.....	59
<b>Ficha N° 4</b> .....	60
Fecha: 21 de enero de 2016.....	60
<b>Ficha N° 5</b> .....	61
Fecha: 28 de enero de 2016.....	61
<b>Ficha N° 6</b> .....	62
Fecha: 05 de febrero de 2016.....	62
<b>Ficha N° 7</b> .....	63
Fecha: 15 de febrero de 2016.....	63
<b>Ficha N° 8</b> .....	64
Fecha: 16 de febrero de 2016.....	64
<b>Ficha N° 9</b> .....	65
Fecha: 16 de febrero de 2016.....	65
<b>Ficha N° 10</b> .....	66
Fecha: 29 de febrero de 2016.....	66
<b>Ficha N° 11</b> .....	67
Fecha: 08 de marzo de 2016.....	67
<b>Ficha N° 12</b> .....	68
Fecha: 11 de marzo de 2016.....	68

<b>Ficha N° 13</b> .....	69
Fecha: 11 de marzo de 2016.....	69
<b>Ficha N° 14</b> .....	70
Fecha: 23 de marzo de 2016.....	70
<b>Ficha N° 15</b> .....	71
Fecha: 31 de marzo de 2016.....	71
<b>Ficha N° 16</b> .....	72
Fecha: 01 de abril de 2016.....	72
<b>Ficha N° 17</b> .....	73
Fecha: 07 de abril de 2016.....	73
<b>Ficha N° 18</b> .....	74
Fecha: 01 de abril de 2016.....	74
<b>Ficha N° 19</b> .....	75
Fecha: 13 de abril de 2016.....	75
<b>Ficha N° 20</b> .....	76
Fecha: 01 de abril de 2016.....	76
<b>Ficha N° 21</b> .....	77
Fecha: 02 de mayo de 2016.....	77
<b>Ficha N° 22</b> .....	78
Fecha: 02 de mayo de 2016.....	78
<b>Ficha N° 23</b> .....	79
Fecha: 05 de mayo de 2016.....	79
<b>Ficha N° 24</b> .....	80
Fecha: 25 de mayo de 2016.....	80
<b>Ficha N° 25</b> .....	81
Fecha: 30 de mayo de 2016.....	81
<b>Ficha N° 26</b> .....	82

Fecha: 01 de junio de 2016.....	82
<b>Ficha N° 27</b> .....	83
Fecha: 02 de junio de 2016.....	83
<b>Ficha N° 28</b> .....	84
Fecha: 05 de junio de 2016.....	84
<b>Ficha N° 29</b> .....	85
Fecha: 01 de junio de 2016.....	85
<b>Ficha N° 30</b> .....	86
Fecha: 17 de junio de 2016.....	86
<b>Ficha N° 31</b> .....	87
Fecha: 14 de julio de 2016.....	87
<b>Ficha N° 32</b> .....	88
Fecha: 18 de julio de 2016.....	88
<b>Ficha N° 33</b> .....	89
Fecha: 18 de julio de 2016.....	89
<b>Ficha N° 34</b> .....	90
Fecha: 09 de agosto de 2016.....	90
<b>Ficha N° 35</b> .....	91
Fecha: 15 de agosto de 2016.....	91
<b>Ficha N° 36</b> .....	92
Fecha: 17 de agosto de 2016.....	92
<b>Ficha N° 37</b> .....	93
Fecha: 20 de agosto de 2016.....	93
<b>Ficha N° 38</b> .....	94
Fecha: 21 de agosto de 2016.....	94
<b>Ficha N° 39</b> .....	95
Fecha: 21 de agosto de 2016.....	95

<b>Ficha N° 40</b> .....	96
Fecha: 21 de agosto de 2016 .....	96
<b>Ficha N° 41</b> .....	97
Fecha: 04 de septiembre de 2016.....	97
<b>Ficha N° 42</b> .....	98
Fecha: 07 de septiembre de 2016.....	98
<b>Ficha N° 43</b> .....	99
Fecha: 19 de septiembre de 2016.....	99
<b>Ficha N° 44</b> .....	100
Fecha: 23 de septiembre de 2016.....	100
<b>Ficha N° 45</b> .....	101
Fecha: 30 de septiembre de 2016.....	101
<b>Ficha N° 46</b> .....	102
Fecha: 03 de octubre de 2016 .....	102
<b>Ficha N° 47</b> .....	103
Fecha: 09 de octubre de 2016 .....	103
<b>Ficha N° 48</b> .....	104
Fecha: 15 de octubre de 2016 .....	104
<b>Ficha N° 49</b> .....	105
Fecha: 15 de octubre de 2016 .....	105
<b>Ficha N° 50</b> .....	106
Fecha: 15 de octubre de 2016 .....	106
<b>Ficha N° 51</b> .....	107
Fecha: 12 de diciembre de 2016.....	107
<b>Ficha N° 52</b> .....	108
Fecha: 19 de diciembre de 2016.....	108
<b>Ficha N° 53</b> .....	109

Fecha: 21 de diciembre de 2016.....	109
<b>Ficha N° 54</b> .....	110
Fecha: 21 de diciembre de 2016.....	110
<b>Ficha N° 55</b> .....	111
Fecha: 27 de diciembre de 2016.....	111
<b>Ficha N° 56</b> .....	112
Fecha: 4 de enero de 2017.....	112
<b>Ficha N° 57</b> .....	113
Fecha: 15 de enero de 2017.....	113
<b>Ficha N° 58</b> .....	114
Fecha: 17 de enero de 2017.....	114
<b>Ficha N° 59</b> .....	115
Fecha: 17 de enero de 2017.....	115
<b>Ficha N° 60</b> .....	116
Fecha: 24 de enero de 2017.....	116

## RESUMEN EJECUTIVO

**Tema:** La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Santa Rosa.

**Autora:** María José Vega Chicaiza

**Tutora:** Lcda. Mg. Eliza Carolina Vayas R.

La Comunicación organizacional, es una comunicación de masas que va de la mano con la transformación de los estados en las sociedades latinoamericanas y, más aún, cuando se enfoca en cumplir el rol como responsable del bienestar entre los gobernantes y los pueblos de distintas clases sociales. (Alfaro, 1993) Hace referencia a la comunicación como una relación para el desarrollo, “lo comunicativo es una dimensión básica de la vida y de las relaciones humanas y socioculturales”.

Tomando en cuenta que comunicar e informar son dos acciones diferentes se genera confusión aunque en realidad no se debería confundirlas ya que la diferencia está en el feedback que se busca. La comunicación implica interactividad, mientras que la información solo implica información. (Freijeiro, 2011)

En la provincia de Tungurahua, dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Santa Rosa no se conoce de la existencia de un departamento de comunicación que se encargue de difundir información ni de generar comunicación sobre las actividades que desarrolla la administración parroquial vigente, por lo que se debe tomar en cuenta que “la comunicación es la base para el desarrollo” (Beltrán, 2005)

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Rosa al igual que todas las instituciones públicas está en la obligación de mantener informada a la población de las actividades que se realiza en beneficio de los habitantes.

**Palabras clave:** comunicación, comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo, información.

## ABSTRACT

**Topic:** Communication as an element of organizational strengthening in the Autonomous Government Decentralized Santa Rosa.

**Author:** María José Vega Chicaiza

**Tutor:** Lcda. Mg. Eliza Carolina Vayas R.

Organizational Communication, is a mass communication that goes hand in hand with the transformation of states in Latin American societies and, even more, when it focuses on fulfilling the role as responsible for welfare between the rulers and peoples of different social classes. (Alfaro, 1993) .

It refers to communication as a relationship for development, "the communicative is a basic dimension of life and human and sociocultural relations."

Taking into account that communicating and reporting are two different actions creates confusion but in reality should not be confused because the difference is in the feedback that is sought. Communication implies interactivity, where are as information only implies information. (Freijeiro, 2011)

In the province of Tungurahua, within the Autonomous Government Decentralized Rural Parroquial of Santa Rosa. There is no knowledge of the existence of a communication department that is responsible for disseminating information or generating communication about the activities carried out by the parish administration in force, so it must be taken into account that "communication is the basis for the development" (Beltrán, 2005).

The Autonomous Government Decentralized Parish Rural Santa Rosa, as well as all public institutions, is obliged to keep the population informed of the activities carried out for the benefit of the inhabitants.

**Key words:** communication, organizational communication, communication for development, information.

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo es elaborado con la finalidad de definir si la comunicación es un elemento de fortalecimiento en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Rosa (GADPR) con la finalidad de lograr armonía entre los públicos internos y externos en la organización.

La problemática está establecida mediante un problema el cual contiene dos variables en este caso la comunicación y el fortalecimiento organizacional. Además se han planteado unos objetivos que serán la línea mediante las cuales se realice la investigación.

Será favorable la vinculación académica con la sociedad, es por ello que la Universidad Técnica de Ambato y la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y la Carrera de Comunicación Social han buscado contribuir con el desarrollo de las organizaciones dentro de la sociedad.

Es por eso que las líneas de investigación del alma mater están orientadas exclusivamente al bienestar de la sociedad, cubrir las necesidades e inquietudes respecto al conocimiento. Entonces los beneficiarios directos los habitantes de la parroquia autoridades y personal administrativo del GADPR Santa Rosa y posiblemente turistas ya que se pretende fomentar el turismo parroquial y comunitario

### **Capítulo I:**

Contextualiza el Problema de investigación, en la que se ha señalado con claridad la existencia de varios fenómenos sociales desde una problemática nacional hasta llegar al análisis de la problemática en la parroquia especialmente dentro del gobierno parroquial.

### **Capítulo II:**

Corresponde al Marco Teórico de la Investigación, en el cual se señalan los antecedentes de estudio y el sustento filosófico y fundamentado en forma legal y ampliando la conceptualización de las categorías relacionadas

### **Capítulo III:**

Se presenta la metodología que se siguió para lograr la investigación y su forma de llevar el estudio; además se exponen temas que sustentan el tipo y nivel de investigación, las técnicas, métodos e instrumentos que se utilizó para su desarrollo, los diferentes procesos

para localizar a la población y obviamente para determinar el número de muestra de estudio. Finalmente esta la operacionalización de variables.

#### **Capítulo IV:**

Se realiza el análisis e interpretación de resultados obtenidos en la investigación, mediante la elaboración de fichas descriptivas de investigación. En este punto de la investigación se realiza la verificación de objetivos planteados. Además, se interpreta los resultados de cada pregunta de investigación con relación al aspecto cualitativo.

#### **Capítulo V:**

En este capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas de la investigación, que han sido pautas importantes y certeras para realizar la propuesta y hacerla factible.

#### **Capítulo VI:**

Para culminar, en este capítulo se propone una alternativa de la solución al problema, se plantea la elaboración de un plan de comunicación interna para fortalecer la organización a través de la comunicación por medio de la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa

#### **Línea de investigación:**

Teoría de la Comunicación, Comunicación Organizacional

## **CAPITULO 1**

### **EL PROBLEMA**

#### **TEMA**

La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Santa Rosa

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **CONTEXTUALIZACIÓN**

La Comunicación Institucional, es una comunicación de masas que va de la mano con la transformación de los estados en las sociedades latinoamericanas y, más aún, cuando se enfoca en cumplir el rol como responsable del bienestar entre los gobernantes y los pueblos de distintas clases sociales. El panorama mundial establece a la comunicación institucional como uno de los ejes fundamentales para enfrentar los desafíos concernientes a las estrategias dentro de la globalización y la competitividad. Además influye en el cambio sociocultural, tecnológico y científico.

(...)En Latinoamérica se están dando algunos pasos correctivos con el fin de reformular las actividades de la investigación sobre comunicación en términos de las realidades de la región. Más o menos en los últimos cinco años, ha surgido una nueva promoción de investigadores en dos tipos de contexto. Uno es el de los países en los cuales, excepcionalmente, se ha intentado realizar un cambio socio-estructural sustancial y acelerado, como son los casos de Perú, Chile y Cuba. El otro es aquel de países donde una influencia científica europea específica está logrando una firme posición, como son los casos de Argentina y Brasil. (Beltrán, Sociología de la Comunicación, 1985).

En América Latina se ha realizado estudios acerca de comunicación, uno de los más importantes fue el documento presentado en el III Congreso Panamericano de la Comunicación en donde se habla acerca de la Integración comercial o dialogo cultural frente al desafío de la Sociedad de la Información.

(Alfaro, 1993) Hace referencia a la comunicación como una relación para el desarrollo, “lo comunicativo es una dimensión básica de la vida y de las relaciones humanas y socioculturales”.

Mientras que el Comunicador Boliviano (Alexis, 1999) define en su tesis a la comunicación para el desarrollo como un instrumento de “control cultural. Por tal razón a la comunicación institucional es el hecho de enviar y recibir información dentro de la organización con el fin de mantener un orden y una secuencia que tengan sentido claro, para que los receptores puedan entender con facilidad la información emitida.

La comunicación es el eje central para el desarrollo de los pueblos por tal razón en los países de Latino América ya se ha realizado varios congresos para hablar de comunicación en sus diferentes ramas.

En el Ecuador se ha dado un gran paso en lo que se refiere a la participación social en los aspectos públicos sociales, ya que en la Ley Orgánica de Comunicación está considerado que el Estado Constitucional de Derechos y de Justicia, en concordancia con los principios y normas de la Convención Interamericana sobre los Derechos Humanos se reconoce los derechos a la comunicación, que comprenden: libertad de expresión, información y acceso en igualdad de condiciones al espectro radioeléctrico y a las tecnologías de información, lo cual facilita la difusión de contenidos con responsabilidad.

Además, se garantiza la libertad de expresión y el derecho a recibir información individual o colectiva lo cual ayuda a fortalecer la participación ciudadana. “Sabido que la comunicación organizacional, como campo de las ciencias sociales centra su atención en el análisis, diagnóstico y perfeccionamiento de complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones” (Rodríguez, 2015)

En la Problemática de la Comunicación para el Desarrollo en el contexto de la Sociedad de la Información Ivonne Cevallos “propuso en Ecuador que se viera a la comunicación no meramente como un factor instrumental sino también como un agente de mediación” (Beltrán, La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo, 2005)

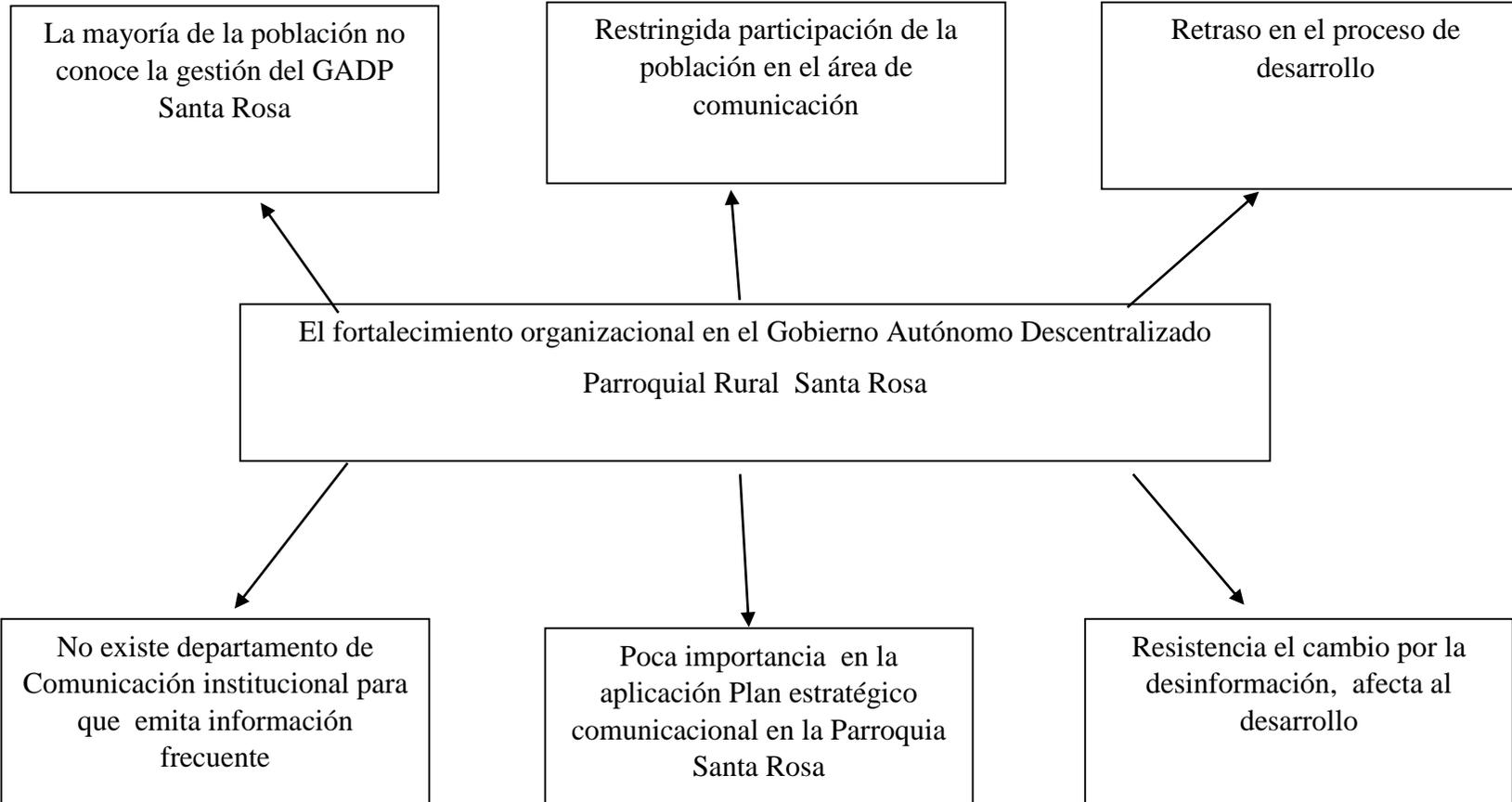
En la ley Orgánica de Comunicación vigente en el Ecuador en el capítulo II puntualiza sobre el derecho a la libertad de expresión y opinión que, todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio. Serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Tomando en cuenta que comunicar e informar son dos acciones diferentes se genera confusión aunque en realidad no se debería confundirlas ya que la diferencia está en el feedback que se busca. La comunicación implica interactividad, mientras que la información solo implica información. (Freijeiro, 2011)

En la provincia de Tungurahua, dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Santa Rosa no se conoce de la existencia de un departamento de comunicación que se encargue de difundir información ni de generar comunicación sobre las actividades que desarrolla la administración parroquial vigente, por lo que se debe tomar en cuenta que “la comunicación es la base para el desarrollo” (Beltrán, La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo, 2005)

**Gráfico N° 1 Árbol de Problema**

**EFFECTOS**



**CAUSAS**

**Fuente:** María José Vega Chicaiza

**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

## **ANÁLISIS CRÍTICO**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Rosa al igual que todas las instituciones públicas está en la obligación de mantener informada a la población de las actividades que se realiza en beneficio de los habitantes.

Además, de sus actividades propias debe manejar muy bien la información de la gestión que realizan las autoridades y los habitantes del sector. La comunicación institucional bien cimentada es un método preciso para difundir de manera adecuada la información.

De este modo se hará cumplir el Art. 16 de la Constitución Política del Ecuador el cual establece: una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y en sus propios símbolos. Por lo cual el GADP Santa Rosa se debería preocupar por difundir la información en los dos idiomas que son originarios de la parroquia tales como el castellano y el quichua.

Es preciso tratar este problema con la adecuada comunicación para que el GADP Santa Rosa cree una relación inquebrantable entre emisor y los perceptores de la información que servirá para el desarrollo de la parroquia.

## **PROGNOSIS**

La limitada Comunicación Institucional que maneja el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Rosa en relación a generar comunicación y a la difusión de información y contenidos forjados a través de la gestión que realizan las autoridades, en beneficio de los habitantes en todo el sector en la mayoría de ocasiones no es difundido, especialmente en las en las comunidades indígenas y barrios pertenecientes a la parroquia existe un alto grado de desconocimiento.

En las comunidades se encuentran las zonas altamente productivas del sector; por lo cual las autoridades deberían preocuparse por capacitar, informar y guiar dando

prioridad a estas zonas ya que si no se difunde estas actividades productivas podrían desaparecer e interrumpir el desarrollo de todo el pueblo. Ya que los moradores de Santa Rosa desconocen los avances obtenidos y así ellos aportar al crecimiento de toda la parroquia.

Si la comunicación se utilizará adecuadamente para el desarrollo serviría como una herramienta para llegar a la mayoría de la población y de esa manera hacerles partícipes de la gestión que se realiza con las autoridades y así se fortalecería la organización parroquial.

### **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera la comunicación fortalece lo organizacional en el Gobierno Descentralizado de la Parroquia de Santa Rosa?

#### **Interrogantes de la Investigación**

1. ¿Es limitada la Comunicación Institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Santa Rosa?
2. ¿Qué tipos de comunicación aportarían al desarrollo de la parroquia Santa Rosa para brindar información de las actividades realizadas?
3. ¿Qué alternativas de solución existen al problema planteado?

### **DELIMITACIÓN DEL OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN.**

#### **Delimitación de contenido**

CAMPO: Comunicación Social- organizacional

ÁREA: Comunicación Institucional

ASPECTO: La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional en el Gobierno Parroquial Santa Rosa

### **Delimitación espacial**

La investigación se realizó en el gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Rosa a un denominado “Focus group” pertenecientes a esta parroquia.

### **Delimitación temporal**

El trabajo de investigación se realizó durante el periodo de administración enero 2016-enero 2017.

### **Unidades de observación**

- Autoridades del GADPR Santa Rosa
- Integrantes del “focus group”
- Estrategias comunicacionales

## **JUSTIFICACIÓN**

La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural Santa Rosa se investiga para conocer la participación de las autoridades y de la población en la construcción de un desarrollo sostenible en la parroquia.

El interés de la investigación está fundamentado en diagnosticar la situación actual de la Parroquia Santa Rosa para plantear estrategias capaces de generar feed back entre habitantes y dirigentes de dicho lugar, para generar cambio a través estrategias de comunicación y difusión de las actividades que realiza el GAD Parroquial de Santa Rosa.

Además, se determinará las causas del por qué la población de la parroquia Santa Rosa desconoce la gestión que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial, el presente proyecto contribuirá a que las autoridades locales evidencien la gestión social y garantizar los derechos del sector a recibir información de interés público.

Según dicta la Constitución del Ecuador en el Capítulo 4 que trata sobre La Comunicación menciona que; El Estado garantizará el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales.

Éste proyecto comunicacional de investigación es muy importante ya que según Guevara “La buena o mala imagen que el público o cliente tenga de una organización depende en gran medida a la correcta difusión que se haga de ella a través de los medios de comunicación”. (Guevara, 2006, p. 79)

En este trabajo en el campo investigativo es importante porque aquí se analizaran las estrategias comunicacionales que se están manejando en el GADPR Santa Rosa y se tratara de proponer o perfeccionar las estrategias comunicacionales para que ayuden al desarrollo del sector.

Dentro de la provincia del Tungurahua ya se han realizado estudios similares a comunicación pero en este trabajo investigativo se resalta a la comunicación como la base para el fortalecimiento de la organización es decir aquí sobresale la participación de cada persona de manera consiente para lograr esclarecer el propósito de la organización e identificar los problemas que están presentes y brindar una solución a través de las estrategias comunicacionales utilizadas para el desarrollo sostenible.

Por tal razón es viable que la Universidad Técnica de Ambato, mediante la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y su Carrera de Comunicación Social, permita plasmar en la práctica el conjunto de conocimientos que se han ido recolectando en el transcurso de la vida universitaria.

Teniendo en cuenta que, el conocimiento más la puesta en marcha del mismo generan soluciones prácticas en beneficio de los interesados. Además, este proyecto es factible porque se cuenta con los recursos necesarios para elaborar satisfactoriamente la

investigación, se conoce el lugar destinado a estudiar y los recursos humanos también están a disposición para continuar con el trabajo fijado.

**Objetivo General:**

- ✓ Conocer los tipos de comunicación que fortalecen a la organización del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Rosa, durante el periodo de administración enero 2016 – enero 2017.

**Objetivos Específicos:**

- ✓ Analizar la comunicación interna a través de los elementos de fortalecimiento organizacional.
- ✓ Identificar el enfoque y las estrategias comunicativas que maneja el GAD Santa Rosa y analizar su eficacia en el fortalecimiento organizacional.
- ✓ Proponer una alternativa de solución desde el análisis de las estrategias comunicativas del GAD Parroquial Santa Rosa, para determinar la más sostenible y efectiva.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes Investigativos**

Después de haber revisado varios estudios de diferentes Instituciones de Educación Superior, en la ciudad de Medellín – Colombia en la Universidad de Antioquia en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas en la Carrera de Trabajo Social se verificó que existe una tesis de grado relacionada con las variables de investigación propuestas en este trabajo.

En la Investigación realizada por Carolina Mejía, John Rodríguez, Alba Luz Pérez (2005) con el tema: “La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional”. Señala que; la comunicación como estrategia, fundamenta la estructura profesional del Trabajador Social pues ella se encuentra en su interdisciplinariedad, en su complejidad en su interacción e intervención en los procesos sociales, en la búsqueda de nuevas y mejores alternativas que proyecten el desarrollo conjunto y particular de los individuos que conforman la sociedad y las organizaciones.

En la Universidad Central del Ecuador se encuentra un trabajo de investigación elaborado por: Luis Farinango, Giuliana Ramírez (2016) con el tema: “Fortalecimiento de la Comunicación Interna en la Dirección de Comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Pichincha”. En donde el estudio propone un Plan de Comunicación interna que fortalezca la unidad entre empleados, aporte a que los públicos internos estén enterados de lo que hace la institución, e incremente la motivación entre el personal de la Dirección de Comunicación del Gobierno de Pichincha.

Dentro de la universidad Técnica de Ambato también se han realizado varias investigaciones con las variables propuestas en esta tesis, a continuación se detalla algunas de ellas:

Investigadores: Oscar Pico, Alejandro Martínez (2012) Tema: “La poca comunicación para el desarrollo que realizan los informativos radiales en am de la ciudad de Ambato limitan la participación ciudadana en el sector de la ciudadela España durante el periodo enero- julio 2010. En donde destaca que: Con los resultados obtenidos se desprende que el 45% de la población inválida verificó que la acogida de la comunicación para el desarrollo es baja; ya que solo concuerda un 38% que si cuenta con acogida, de ello un 62% no cuenta con una buna comunicación; y de manera urgente será trabajar en implementar políticas para una existencia participación ciudadana y acogida al desarrollo de una sociedad justa y equitativa.

Autores: Fabián Martínez, Maria Elena Medina (2012) con el tema: La Comunicación Institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pelileo y la difusión de información y conocimiento de la gestión municipal en la parroquia Salasaca durante el periodo Septiembre - Diciembre 2011. En donde propone la creación del diseño del medio de información impreso municipal titulado “Pelileños activos” construyendo el futuro... que vincule al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pelileo con la población de la parroquia Salasaca.

### **Fundamentación Filosófica**

El presente trabajo de investigación se ubicó al paradigma es crítico – propositivo después de realizar un análisis con los datos recolectados para la investigación, el fundamento se basó en las estrategias utilizadas, con un enfoque de solución al problema donde la sociedad sea un ente participante.

Es crítico porque debate las circunstancias, causas y efectos que envuelven al problema y es propositivo cuando la investigación no se detiene en la observación de los fenómenos, sino que plantea alternativas de solución en un clima de actividad en equipo, esto ayuda a la interpretación y comprensión de los fenómenos sociales de forma integral.

La investigación está comprometida con los seres humanos y un mejor desarrollo para la sociedad.

## **Fundamentación Legal**

Constitución del Ecuador

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

En este trabajo de investigación realizado en el GADP Santa Rosa es de gran importancia que se tome en cuenta este artículo de la constitución porque en la parroquia existen dos idiomas el español y el quichua y la comunicación debe ser expuesta en la propia lengua así como ampara la Constitución del Ecuador

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

Se considera que es de gran importancia el manejo de la tecnología sobretodo en el ámbito de la comunicación debido a que la tecnología hace posible la que la información sea oportuna y pueda ser transmitida desde el lugar de los hechos.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

La constitución consiente a que la población está en todo el derecho de ser partícipe de las actividades de interés social que se realicen las instituciones públicas y una de ellas es la comunicación, de tal manera que la sociedad se puede involucrar para difundir la información sobre el GADP Santa Rosa.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada. .

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Este fragmento del artículo 18 de la constitución motiva a las autoridades y a la población a que sean partícipes de la información que se produce en la parroquia, sea para buscar o ser partícipes del fenómeno denominado comunicación.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Es importante reconocer que la ley ampara el acceso de la información generada por las entidades públicas. En base a este escrito se debe dar a conocer a la población la gestión que se realiza en beneficio de los habitantes de la parroquia.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Considero necesario motivar a la población a que elabore productos comunicacionales de contenidos informativos, educativos y culturales que ayuden al desarrollo de la parroquia.

## TITULO III

### GARANTIAS CONSTITUCIONALES

#### Capítulo segundo Políticas públicas, servicios públicos y participación ciudadana

Art. 85.- La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formulará a partir del principio de solidaridad.

3. El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos.

En la parroquia Santa Rosa existe un INFOCENTRO de dominio público en donde la población puede acceder al internet y participar en actividades de interés colectivo y social.

En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Ley orgánica de comunicación del Ecuador

## TÍTULO II

Principios y derechos

## CAPÍTULO I Principios

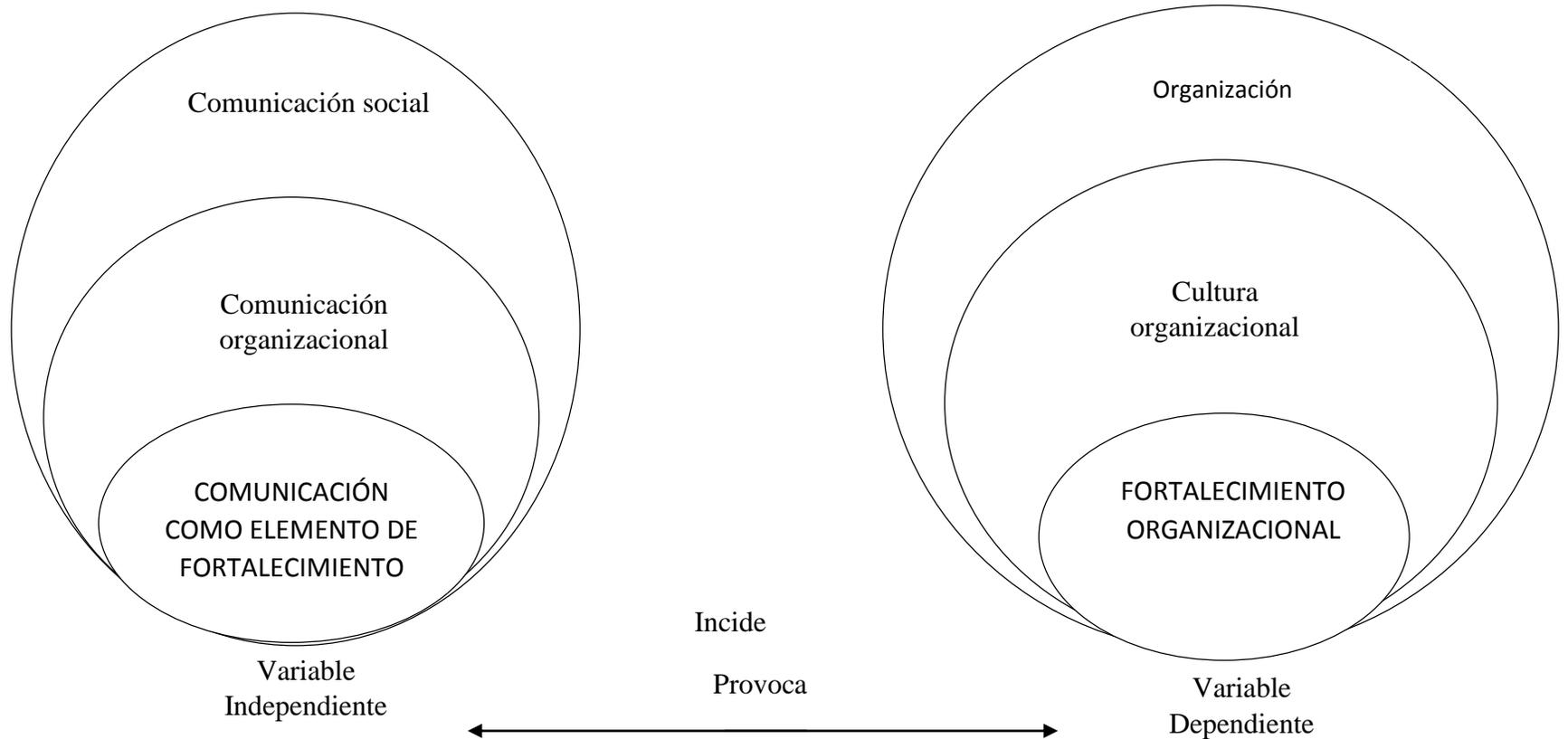
Art. 13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

Art. 15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

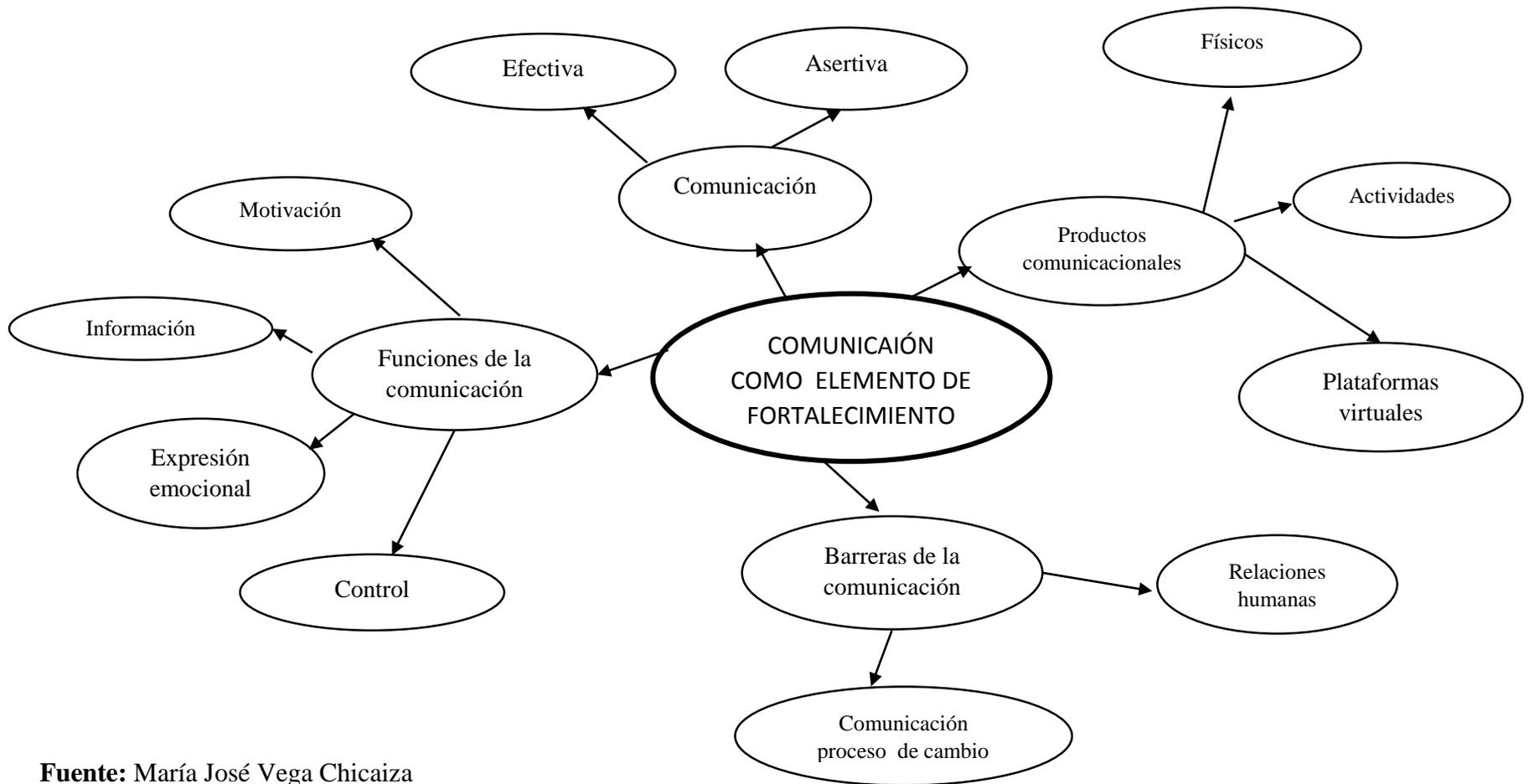
Art. 16.- Principio de transparencia.- Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

**Gráfico N° 2 Categorías Fundamentales**



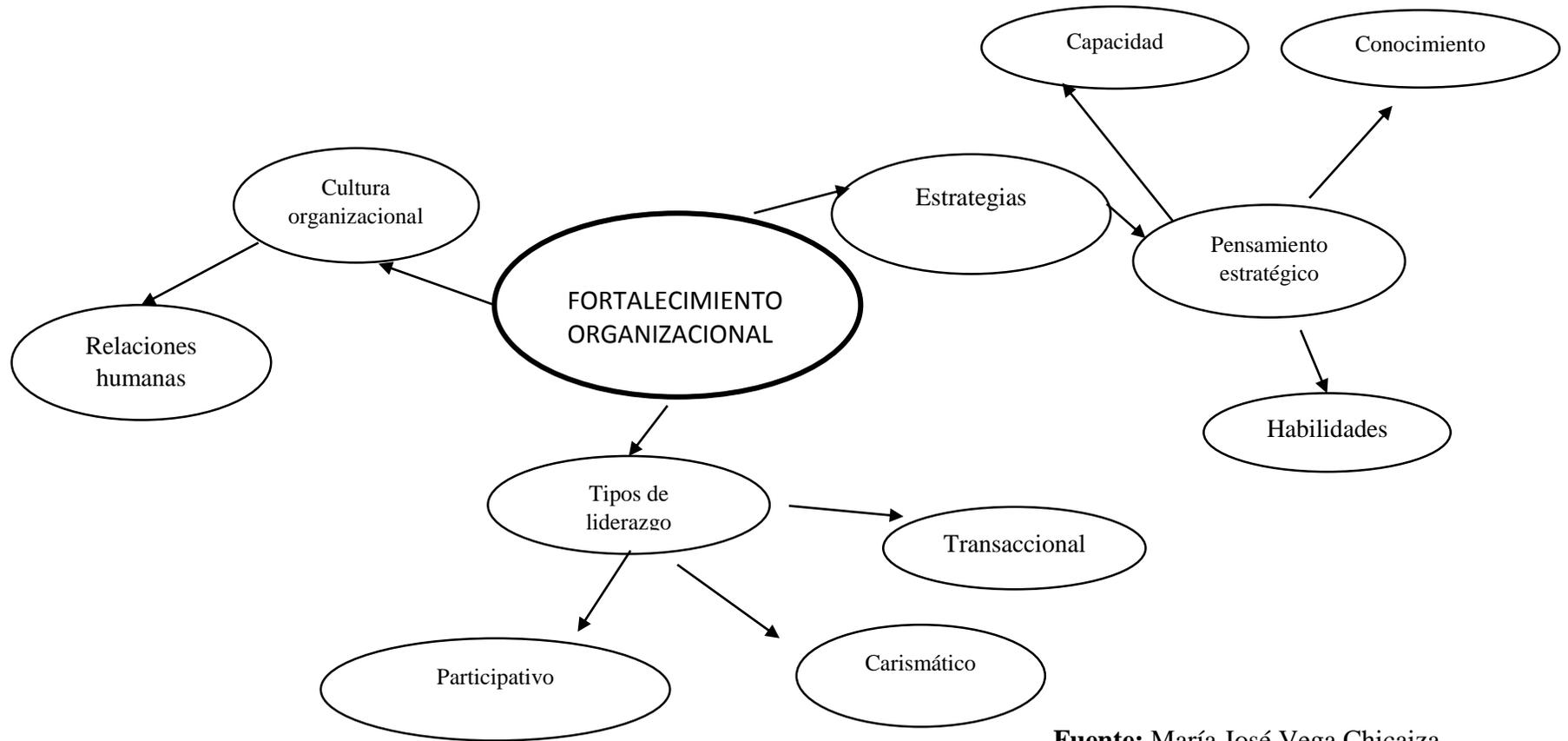
**Fuente:** María José Vega Chicaiza  
**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

**Gráfico N° 3 Constelación de Ideas de la Variable Independiente**



**Fuente:** María José Vega Chicaiza  
**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

**Gráfico N° 4 Constelación de Ideas de la Variable Dependiente**



**Fuente:** María José Vega Chicaiza  
**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

## CONCEPTUALIZACIÓN

### CATEGORÍAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

**COMUNICACIÓN.-** La comunicación es el arte de hacer partícipe al otro de lo que se quiere transmitir a través de un proceso de interacción social estableciendo relaciones de confianza y afecto para recibir y emitir información a través de símbolos, signos, gestos. Para que se dé el proceso de comunicar deben existir dos o más personas, el comunicar es el producto de muchos años atrás es decir desde el inicio los seres humanos se comunicaban, a continuación un resumen cronológico de la historia de la teoría de la comunicación.

Para permitir la evolución humana las personas necesitan intercambiar ideas entre sí para lograr una relación de armonía con otros seres con la finalidad de permanecer en contacto con los demás.

Aproximadamente en el año 5000 A. C. El hombre se comunicaba por medio de sonidos, gruñidos y expresiones corporales (primera forma de comunicar) además se incluían señales físicas con las manos o movimientos del cuerpo.

Alrededor del año 3000 A. C. Se perfeccionó la comunicación; Los egipcios idearon la manera de realizar representaciones por medio de Jeroglíficos, de esa manera transportaban y transmitían la información importante en Papiros, muros o en piedras.

Cerca de los años 1.700 – 1.500 A.C. En Siria y Palestina surgió la primera forma de comunicación empleada con símbolos que describían sonidos individuales. Fue la primera semejanza al alfabeto. “A medida que el hombre lograba desarrollar mayor conocimiento era necesario implementar los métodos de comunicación”. Por tal razón los Griegos lograron crear la Heliografía, basada en un modo de reflejar la luz del sol en superficies organizadas con espejos.

Aproximadamente en el año 430 D. C. Los Romanos perfeccionaron la forma de comunicarse y utilizaron antorchas (sistema óptico telegráfico) como medio de comunicación basado en señales de guerra.

Alrededor del año 360 D. C. Fueron creados los Telégrafos de agua, basados en un sistema único, en donde se almacenaban barriles de agua y se esperaba una señal para abrirlos o cerrarlos y así dar una señal de humo.

Mientras que en el año 1500 Los reyes aztecas crearon la forma de comunicarse por medio de mensajes escritos y llevados por hombres a pie, denominado (heraldos). Los reyes hacían correr grandes distancias entre lo que hoy es la sede de México y el Puerto de Veracruz para traer mensajes y pescado fresco.

En 1729 Stephan Gray, da a conocer su descubrimiento, en donde manifiesta que la electricidad puede ser transmitida. Mientras que por año 1801. Alessandro Volta, físico italiano, perteneciente a la academia de Paris, da a conocer su inventa. La pila de Volta.

En 1837 Samuel Morse, Inventa el primer Telégrafo y por otro lado en 1844 Samuel Findley Breese Morse perfeccionó el código Morse.

Por el año 1853 Bell, inventa el primer Telégrafo por cable simultáneo. Y aproximadamente en 1873 Graham Bell, obtiene su diploma de fisiólogo vocal en el Boston Colleg, enseñaba a niños Sordos por medio de un dispositivo diseñado por su padre – Voz Visible.

En 1873 James C. Maxwell desarrolla las matemáticas para la teoría de las comunicaciones. Y cerca al año 1876 Bell y Watson logran transmitir una señal de voz por medio de un cable eléctrico, por tal razón en 1878 Se instala la primera central Telefónica en New Haven, EE.UU.

Por el año 1880 Thomas Alva Edison descubre en una lámpara de incandescencia, el fenómeno de emisión en un filamento caliente. Y en 1989 se da el nacimiento de la Internet. Creada por Tim Barners Lee en el Instituto Europeo de Investigación de Física de Partículas (CERN)

En 1892 Se instala la primera Central Telefónica Automática en Indiana y por el año 1895 Guglielmo Marconi, logra realizar la primera transmisión telegráfica inalámbrica, utilizando ondas de radio.

Aproximadamente en 1896 Los hermanos John y Charles Erickson junto con Frank Lundquist, diseñan el primer teléfono de disco. Y en 1896 Aparece la radio, Marconi obtuvo su primera patente sobre la radio.

En 1899 Marconi logró establecer una comunicación de carácter telegráfico entre Gran Bretaña y Francia.

En el año 1921 La T.S.F. inicia en París los primeros ensayos de programas de radio para el público utilizando la Torre Eiffel como antena. Y en 1925 Ya funcionaban 600 emisoras de radio en todo el mundo.

En 1925 Se iniciaron los primeros experimentos de televisión en Gran Bretaña. Y en 1937 Se inaugura el primer servicio público de televisión de calidad. En este mismo año John Atanasoff desarrolló la primera computadora digital electrónica.

En 1942 Inventaron el casete para grabación magnética de audio.

En 1944 En Estados Unidos Howard H. Aiken's diseñó el primer computador programable llamado MARK1

En 1946 Eckert y Mauchly desarrollaron la primera computadora totalmente electrónica conocida como ENAC, la cual contenía 1500 relés y acerca de 18000 tubos. Y en 1951 Primera computadora comercial que disponía de mil palabras de memoria central y podía leer cintas.

En 1962 se dio el nacimiento de las comunicaciones digitales de alta velocidad.

Y en 1969 apareció la primera red de computadores Arpanet.

En 1972 Primeras 2839 conexiones de TV cable construidas en EEUU.

En 1977 Telefonía celular. El primer prototipo de sistema celular comercial es instalado en Chicago, por AT&T.

En 1989 Nacimiento de la INTERNET La "World Wide Web" (www)

En 1996 Comienza la telefonía IP

Y como dato final de este análisis cronológico en el 2009 En EE. UU. Se logra dar paso a la Televisión Digital.

En base a la evolución del proceso comunicativo se plantean varias teorías de comunicación creadas y mejoradas por diversos autores.

## **TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN**

Existen varias teorías en lo que se refiere a comunicación para (Viteri, 2011) "El termino comunicación puede ser fácilmente definido pero muy difícilmente entendido en su esencia" debido a las significados que varios autores han propuesto.

La palabra comunicación proviene del Latín communis que significa comunicarse o comunidad, en base a estos significados se hace referencia a una estrecha relación entre comunicarse y estar en comunidad porque se pone algo en común a través de la comunicación.

Para (Laswell, 1948) la comunicación es "el proceso a través del cual un emisor transmite un mensaje a un receptor utilizando un canal en específico, con el propósito de generar una respuesta". De tal manera que para poder seguir el modelo propuesto por este autor es necesario responder a cinco interrogantes tales como:

- 1      quién dice
- 2      qué dice
- 3      en qué Canal
- 4      a quién
- 5      y con qué Efecto

Por otro lado en la misma época Shannon y Weaver elabora una teoría en donde prima un sistema vinario la velocidad y la transmisión del mensaje

En 1948 teoría de Shannon y Weaver

Se trata de un modelo de comunicación o, más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética la cual es el estudio del funcionamiento de las máquinas, especialmente, las máquinas electrónicas.

Cuando Shannon habla de información, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos en general (noticias que nos traen a diario la radio, la prensa o la tv. Se trata para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje.

El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje independiente de su significación. Esta teoría permite, sobre todo, estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio. Esta capacidad se mide según el sistema binario (dos posibilidades, 0 o 1) en bits (binary digits) asociados a la velocidad de transmisión del mensaje pudiendo esta velocidad ser disminuida por el ruido.

Objetivos de este modelo

Mejorar la eficacia en la transmisión de información, a través de:

- 1) La velocidad en la creación y transmisión de los mensajes.
- 2) La capacidad de los canales de la comunicación
- 3) La codificación eficaz de los mensajes, que evite la ambigüedad y los ruidos entre emisor y receptor.

El modelo de Shannon y Weaver es muy atractivo debido a su relativa sencillez y flexibilidad. No obstante, análisis más detenidos muestran que en realidad no es mucho más que un modelo E-R ampliado. Dicho modelo explica poco sobre la comunicación humana.

Los elementos de Shannon y Weaver

El modelo de Shannon (Gráfico) se representa por un esquema compuesto por cinco elementos: una fuente, un transmisor, un canal, un receptor, un destino. Dentro de este modelo incluimos el ruido, que aporta una cierta perturbación.

- a) Fuentes: El elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir. Por ejemplo, puede ser la persona que, habiendo descolgado el teléfono y marcado el número comienza a hablar. Puede ser, del mismo modo, la persona que habla a través del radio o televisión.
- b) El transmisor: Es el emisor técnico, esto es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. Así en nuestro ejemplo, el transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.

- c) El canal (Señal en el Gráfico): Es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor. Este medio será, en el caso del teléfono, los cables, o la red de microondas por la empresa telefónica en comunicaciones internacionales.
- d) El receptor: También aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y conducirlo por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor que es llamado destinatario. En este caso, es entonces el aparato telefónico, el receptor de radio o el televisor.
- e) El destinatario: Constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Será entonces la persona a quien se dirige el llamado telefónico o el conjunto de persona-audiencia de radio o de TV.
- f) El ruido: Es un perturbador, que altera en diverso grado la señal durante su transmisión: "nieve" en la pantalla de TV, "fritura" o "loro" en un disco, ruidos de interferencia en la radio, también la voz demasiado baja o cubierta por la música; en el plano visual puede ser una mancha sobre la pantalla, un cabello en el objetivo del proyector, una falla de registro gráfico, etc. También se debe considerar, muy especialmente, el ruido no técnico. Esto es, aquel que proviene del contexto psicosocial. Todos los elementos precedentes son considerados como ruidos que pueden, entonces, provenir del canal, del emisor, del receptor, del mensaje, etcétera.

Según John Fiske (1982) la comunicación es la “interacción social por medio de mensajes” en donde existe un emisor y un receptor quien envía y recibe la información

Para Antonio Pasquali (1978) afirma que “la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse justo como su ingrediente estructural y en donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social”.

Según Berlo (1999) “el objetivo fundamental de la comunicación es convertir al hombre en un agente efectivo que le permita alterar la relación original que existe entre su organismo y su medio circundante. El hombre se comunicaría entonces para influir y afectar intencional mente en los demás”

En lo que se refiere a comunicación (Ongallo, 2007) “comunicación es un proceso de transmisión por parte de un emisor, a través de un medio, de estímulos sensoriales con contenido explícito o implícito, a un receptor, con el fin de informar, motivar o influir sobre el mismo”.

Por otro lado para (Corbin, 2015) existen 28 tipos de comunicación que es un recopilación de varios criterios, entre ellos detallare los que se podrían utilizar en una organización.

En primera instancia esta la Comunicación verbal y no verbal,

Por el número de participantes tenemos: individual, colectiva, intrapersonal, interindividual, intragrupal, intergrupala, comunicación masiva.

Según el canal sensorial esta detallada la comunicación visual, auditiva, táctil, olfativa, gustativa.

De acuerdo al canal tecnológico esta la comunicación telefónica, virtual o digital, televisiva, cinematográfica.

Según el uso o finalidad se encuentra la comunicación publicitaria, periodística, educativa, política.

Y finalmente otros tipos de comunicación, es la comunicación por señas, la comunicación organizacional, la comunicación vertical y horizontal, la comunicación sexual y la comunicación emocional.

Además la comunicación se basa en seis elementos, los cuales hacen que se haga posible el intercambio de información de manera ordenada

Emisor: Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).

Receptor: Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.

Código: Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.

Canal: Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (imprensa, telegrafía, radio, teléfono, televisión,

ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).

**Mensaje:** La propia información que el emisor transmite.

**Contexto:** Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

La comunicación siendo utilizada como elemento para fortalecer la organización puede adquirir varias funciones que ayudan a mejorar el comportamiento individual o colectivo de los integrantes de un determinado grupo que trabajan con la misma finalidad.

## **FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN**

Para (Amorós, 2007) las funciones de la comunicación se emplean dentro de las diferentes áreas.

- **Control.-** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.
- **Motivación.-** Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.
- **Expresión emocional.-** Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones.
- **Información.-** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda a información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar. (Amorós, 2007)

En las áreas de comunicación en donde se emplean el control, la motivación, la expresión emocional y la información existe también los obstáculos que impiden que la

comunicación se desarrolle de manera adecuada a dicho obstáculo se denomina “En las áreas de comunicación en donde se emplean el control, la motivación, la expresión emocional y la información existe también los obstáculos que impiden que la comunicación se desarrolle de manera adecuada a dicho obstáculo se denomina “Barreras de la comunicación

Se llama barreras de la comunicación a los obstáculos que impiden tener una buena comunicación se los denomina (Davalos, 2011) define de la siguiente manera:

Físicas.- alteraciones o defectos en los medios físicos, mecánicos o virtuales que se utilizan para enviar o recibir el mensaje. El elemento más afectado es el canal.

Fisiológicas.- deficiencias orgánicas (auditivas, visuales enfermedades incapacidades, etc.) del emisor o receptor.

Psicológicas.- surgen de las diferencias de personalidad, del comportamiento o la formación del emisor o del receptor. Las distintas visiones culturales o filosóficas del mundo también crean rompimiento en el ciclo comunicativo.

Semánticas.- aquí el obstáculo es el manejo adecuado del código verbal (al hablar o escribir con palabras), cuyos significados son desconocidos, imprecisos o ambiguos para el emisor o el receptor. Cada uno puede interpretar una palabra o un texto de acuerdo a su cultura, vivencias o preparación.

Administrativas.- barreras que han surgido a raíz de la vida empresarial debido a una inadecuada estructura administrativa una mala planeación o a diferencias en los ámbitos operativos y de mando.

## **LA COMUNICACIÓN EN PROCESO DE CAMBIO**

El objetivo en las organizaciones es implementar o crear un cambio cultural con la finalidad de formar una estrategia de comunicaciones integradas y enfocadas a un solo objetivo. Para (Ritter, 2008) en la mayoría de los casos, “la comunicación destinada a reforzar o modificar una cultura organizacional tendrá como público objetivo no solo las audiencias internas”.

Si una organización ha planeado cambiar su cultura es porque se dieron cuenta que algo no funcionaba o no marchaba de la mejor manera, por tal razón se considera importante comunicar a todo el personal de dicho cambio.

“Una estrategia de comunicación basada en la interacción personal, en la comunicación informal es decir mantener una relación cara a cara entre los integrantes de la organización tiende a mejorar los resultados debido a la participación de las personas involucradas en el hecho”. (Ritter, 2008)

## **LA COMUNICACIÓN Y LA SOCIEDAD**

Analizar estos dos conceptos y vincularlos entre si logran elaborar procesos comunicacionales de gran importancia para el desarrollo y evolución de la sociedad. Se puede considerar a la comunicación, como el intercambio de información intercambiar cualquier tipo de información o como el conjunto de signos y símbolos que varias personas comparten en una misma cultura y que les concierne interactuar entre sí, a través de la emisión del mensaje y la retroalimentación.

A partir del inicio de la vida los seres humanos por naturaleza nos comunicamos, necesitamos interactuar unos con otros para transmitir diferentes mensajes que se nos presentan. Poniendo como ejemplo, desde el principio de la vida el llanto de un recién nacido hasta las palabras más complicadas de un adulto.

Nos comunicamos porque queremos expresar cada sentimiento, cada pensamiento, cada emoción y cada necesidad. Comunicarse no es solo conversar con el otro, es dialogar, sin generar confusiones sino que es necesario emplear bien todos los elemento para que posteriormente no exista confusión ni malos entendido, siempre y cuando se respete los diferentes puntos de vista.

La comunicación y la sociedad, son dos factores que no pueden separarse, pues los seres humanos, cuentan con un potencial innato para comunicarse, y gracias a esa capacidad, es que la colectividad puede desarrollarse. Actualmente, la sociedad está compuesta por un conjunto de múltiples interacciones en distintos niveles, donde los hombres utilizan la comunicación como un vehículo para la transmisión de contenidos tanto de información, como de opiniones.

El proceso comunicacional permite manifestar el pensamiento de los seres humanos, sus creencias y su ideología. Del mismo modo, las personas pueden establecer y transmitir las normas, condiciones, así como, la información necesaria con el fin de establecer las relaciones sociales adecuadas.

En la actualidad la comunicación no tiene fronteras, el flujo de información ha permitido que las personas se conecten de manera inmediata, gracias a la globalización y a la tecnología. Es así como, por medio de los procesos comunicacionales, la sociedad está interconectada y se puede intercambiar información con cualquier persona en el mundo.

## **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

La comunicación organizacional es aquella que se produce dentro de una organización como parte de su cultura o de las normas establecidas debido a ello la comunicación se da en diferentes niveles.

De esta manera podemos mencionar algunos tipos de comunicación tales como:

La comunicación ascendente.- la comunicación descendente o la comunicación horizontal, entre otras.

El objetivo principal de la comunicación empresarial en general es el de conseguir una imagen positiva y un clima adecuado.

La comunicación ascendente.- Se refiere a los mensajes que los empleados envían a sus administradores o a otros que ocupan puestos más altos dentro de la organización. Es el flujo de comunicación hacia arriba que surge de los niveles bajos de la empresa o institución y su recorrido es justo el contrario de la descendente: nace en la base de los colaboradores y se dirige siguiendo diferentes caminos, en función de cómo estén organizados los canales formales de comunicación, hacia la alta dirección de la empresa.

Es muy importante puesto que permite: Una correcta comunicación que enfatiza la necesidad de recibir información es altamente precisas, no premia la retroalimentación positiva, simplemente crea una dinámica que permite el ascenso tanto de comunicaciones positivas como negativas, que se aproximen al máximo a la realidad de la organización en cualquiera de sus áreas, departamentos o lugares de trabajo.

El objetivo fundamental de la comunicación ascendente es favorecer el dialogo social en la empresa o institución para que todos se sientan protagonistas de la actividad y de los objetivos corporativos, que afloren energías y potencialidades ocultas y lograr el máximo aprovechamiento de las ideas así como favorecer el auto análisis, la reflexión y estimular el consenso.

La comunicación descendente.- Es aquella que se da cuando los niveles superiores de la organización transmiten cualquier tipo de información a los niveles inferiores. La necesidad que se da para realizar esta comunicación es la de emitir instrucciones de trabajo o alguna retroalimentación sobre noticias o sobre el desempeño de los empleados

Una herramienta de gran importancia para que los empleados conozcan sus responsabilidades en la empresa es proporcionarles un manual de fundamentos y de funciones.

En ese manual los empleados pueden conocer la estructura orgánica de la institución, la misión, la visión, la historia, los perfiles de los directivos, las tradiciones de la empresa, la identidad gráfica, las normas de conducta, la política editorial el lema o el slogan con el cual se manejan.

Me parece una buena herramienta pues de esta manera los directivos dan a conocer de manera clara y concisa la filosofía de la empresa. Es importante, ya que sirve para integrar a los trabajadores, tener una idea clara de cómo resolver problemas, conocer la identidad de la empresa, favorecer la buena comunicación y tener el conocimiento de las funciones.

Comunicación horizontal.- Es aquella que se establece entre personas donde no existe la presencia de autoridad. Al contrario, la comunicación jerárquica es la que se establece en organizaciones con una estructura vertical, donde ciertas personas tienen más autoridad que otras en ciertas funciones, produciendo desigualdades entre las personas que forman e interactúan en la organización.

La comunicación horizontal se viene dando entre personas de un mismo nivel jerárquico y que suelen formar parte de un mismo departamento o de un mismo grupo. Mientras que entre diferentes departamentos y grupos la relación es jerárquica, al igual que en la toma de decisiones sobre aspectos que influyen a toda la organización.

## **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL SEGÚN VARIOS AUTORES**

Para (Fernández Collado, 1997) la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, también la entiende como: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”

Según esta visión existen varias herramientas tales como:

La comunicación interna: actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización.

La comunicación externa: actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

Las relaciones públicas: actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los diferentes públicos de la organización.

La publicidad: mensajes emitidos a través de medios masivos de difusión con el objetivo de incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.

La publicidad institucional: actividad de las relaciones públicas, que evoca en los públicos una imagen favorable de la organización.

## **COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y LA ORGANIZACIÓN**

Al hablar de comunicación corporativa se debe tomar en cuenta e integrar a la comunicación de empresas según (Universidad, 2010)“La comunicación corporativa es

la disciplina que dirige todos los mensajes que una empresa, organización o institución desea transmitir a todas sus partes interesadas.”p.02.

Para (Martinez, 2012) la comunicación corporativa se trata de “Hacer las cosas bien, y darlas a conocer”. Bajo la premisa de que todo comunica en una organización o en una compañía queda claro que no sólo comunican los anuncios publicitarios o las campañas de relaciones públicas que se elaboran, sino que toda la actividad cotidiana de la empresa u organización, desde sus productos y servicios hasta el comportamiento de sus integrantes, son aspectos que “dicen” cosas sobre la organización, que comunican cómo es la empresa, y por lo tanto, todos esos aspectos deben ser cuidados y planificados, para que sean coherentes con todos los mensajes promocionales de la compañía.

Cada manifestación que realice la organización, sea ésta de carácter eventual, conductual o comunicativo, puede ser considerada como un elemento de información para los públicos receptores. Con ello, la comunicación de las empresas ante sus públicos deja de ser solamente los mensajes “simbólicos” elaborados por la propia empresa, para incluir un nuevo elemento: la propia conducta de la empresa.

Lo que los públicos piensan de una empresa es el resultado de la comunicación, como también de su experiencia y de la experiencia de los todos quienes conforman la empresa. De esta manera, todo lo que la empresa hace adopta una dimensión comunicativa, transmitiendo información sobre sí misma, sobre su personalidad.

Por tal razón todos los integrantes de una organización dejan de transmitir ante la sociedad únicamente su imagen sino que también presentan ante la sociedad la imagen de la empresa por ese motivo las organizaciones seleccionan personas que tengan un expediente impecable.

La comunicación interna en la organización.- es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante una buena aplicación de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de pertenencia, de apropiación, fidelidad hacia la empresa por parte de su talento humano que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios , objetivos , metas valores institucionales y retos a los cuales se enfrenta la organización.

El talento humano es el verdadero motor que mueve y produce los resultados de las empresas y para no perder en competitividad se debe siempre retener a los mejores. Por esta razón, para aumentar el rendimiento y motivación de los colaboradores, debemos hacerlos sentir integrados y en línea con la filosofía de la organización mediante la circulación clara de mensajes que infundan los valores, visión, misión, metas y estrategias corporativas.

Según (Pizzolante, 2004) La comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global.

Tomando en cuenta a la premisa de la escuela de palo alto en donde todo comunica es importante mencionar que las organizaciones requieren que puedan desarrollarse estrategias de comunicación interna para todo el personal, ya que esto permite mejor confianza, empatía y sobre todo conocer los aspectos emocionales y mentales que experimenta sus compañeros de trabajo en sus áreas de trabajo.

La Comunicación Interna específicamente se da con los empleados o colaboradores de la organización, que se da con instrumentos como la revista de la empresa, el tablón de anuncios, el buzón de sugerencias, etc. Con esto se busca obtener la unión y la integración de las personas que trabajan en la empresa a los fines y metas globales de la organización.

Para que la comunicación corporativa se eficaz se debe tomar en cuenta que; los principales responsables de la calidad de la atención de los clientes internos son los líderes, a través de todas sus acciones de comunicación cotidiana, explícitas e implícitas.

Los empleados no llegan a la organización con un claro sentido de pertenencia y compromiso con la misma. Estas actitudes se cultivan con un buen liderazgo en la organización.

Para influir mejor en los empleados, hay que conocerlos como personas y dividir las comunicaciones según sus posiciones, funciones, necesidades, intereses y expectativas.

Además, hay que conocer y valorar la percepción del cliente interno sobre lo que hace la empresa y lo que de ella recibe. No sólo sobre la compensación salarial, sino también emocional.

El canal más poderoso de comunicación interna es el contacto personal o cara a cara, especialmente entre supervisores y supervisados. Si otros medios apoyan este, se logra mucho más con menos esfuerzo.

La comunicación asertiva en la organización según (Palencia, 2011) Muchas veces hemos oído la palabra asertividad; ser asertivos, comportarse de forma asertiva. ¿Pero qué significa esta palabra? Una de las definiciones que utilizamos es la siguiente:

Respetar y expresar aquello que necesitas, sientes y piensas y obrar en consecuencia, sin pasividad o agresividad.

A veces lo llamamos “saber decir las cosas” o en el otro extremo, “no dejarse avasallar”, y nos referimos normalmente a ser capaces de pedir lo que es nuestro, sin necesitar pasar por encima de nadie ni dejar de decir lo que realmente pensamos por miedo a la reacción. Habrá quien piense que estamos hablando de una postura egoísta, de soltar aquello que nos venga en gana y desentendernos de las consecuencias. Nada más lejos de su significado.

Examinar los propios intereses y estimar en qué medida deben ser respetados. No es un capricho momentáneo, sino lo que realmente quiero.

Observar la conducta específica del otro y determinar su estilo de comportamiento.

Gestionar los sentimientos frente a los demás para no tener conductas agresivas o pasivas. Al saber cómo es quien tengo delante, puedo comprender cómo le va a sentar aquello que yo le diga.

Ponerse en el lugar del otro y tratarlo asertivamente, aunque él no se comporte de igual manera. No entrando en juegos ni dinámicas que nos alejen de nuestro objetivo.

Sentir autoestima, estar seguro de que lo queremos y nos lo merecemos.

Comunicación efectiva en la organización.- Para (Palencia, 2011) Explorar las condiciones que hacen posible que” la comunicación sea provechosa y eficaz”.

La humanidad se encuentra inmersa en la comunicación como peces en el agua, generalmente nos movemos entre palabras y significados sin ser conscientes de la dinámica subyacente.

A través de la palabra pensamos, nos comunicamos, reflexionamos, nos expresamos, opinamos, nos peleamos e incluso nos distanciamos de lo que verdaderamente nos interesa.

Según sea la calidad de comunicación que mantengamos con una persona, dentro de un grupo o en una empresa así será calidad de la relación que obtendremos.

De hecho, si nos detenemos a pensarlo un instante- todas las personas que consiguen un éxito sólido y un respeto duradero (ya sea en el campo laboral, empresarial o familiar) saben comunicar de manera efectiva -aun intuitivamente- sus ideas, propósitos y emociones.

Sólo conociendo y practicando los principios de una comunicación efectiva podemos coordinar, enseñar, aceptar, dirigir. Pero sobre todo lograr un clima propicio que nuestras acciones nos conduzcan a lo que realmente buscamos.

Según (Robbins, 1999) La comunicación interna se divide en tres tipos:

**Comunicación ascendente:** Este tipo de comunicación fluye hacia un nivel superior en el grupo o la organización. Se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, informarle hacia el progreso de las metas y darles a conocer problemas actuales. Aquí los gerentes pueden saber cómo se sienten los empleados en sus puestos de trabajo, con sus compañeros de trabajos y con la organización en general.

Aquí se pueden usar algunos medios comunicacionales como son: Los correos electrónicos, entrevistas al personal, buzón de sugerencias y retroalimentaciones grupales.

**La Comunicación descendente** Aquí la comunicación fluye de un nivel del grupo u organización a un nivel más bajo. Es utilizado por los líderes de grupo y los gerentes para asignar metas, proporcionar instrucciones, informar a los subordinados, acerca de las políticas o procedimientos, también para retroalimentar aspectos de su desempeño.

Los líderes pueden hacer uso para comunicarse con su personal como son: reuniones formales e informales, intranet, dinámicas grupales, entrevistas personales, correos electrónicos.

Comunicación lateral: Aquí se da cuando la comunicación tiene lugar entre los miembros del mismo grupo de trabajo, al mismo nivel, entre los gerentes del mismo nivel. Este tipo de medio utiliza más herramientas como son comunicaciones directas verbales, reuniones de grupos informales, uso de los correos electrónicos y retroalimentaciones en reuniones de grupos.

En los tiempos que vivimos se hace mucho uso de la tecnología para comunicarse, pensando que esto es lo más importante a la hora de comunicarnos, pero siempre será irremplazable la comunicaciones directas, personales, cara a cara, donde no solo se da a conocer las expresiones verbales de la comunicaciones, sino también las comunicaciones no verbales.

Así se podrá llegar a una efectividad en la comunicación que las personas transmitan, ya sea a niveles descendentes, ascendentes o laterales.

La comunicación externa en las organizaciones .- se define como el conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad, con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos.

La comunicación externa se integra dentro de la comunicación corporativa de las organizaciones. Mientras que la comunicación interna se centra en facilitar el flujo de información entre los distintos empleados y directivos de la compañía, la externa tiene como objetivo mejorar la imagen de marca y está vinculada a las relaciones de la empresa con el resto de grupos de interés: consumidores, proveedores, accionistas y sociedad en general.

En este sentido, María Luisa Sánchez, autora de *La información especializada en la gestión de crisis*, define la comunicación externa como “el proceso que se establece entre la empresa y el conjunto de la opinión pública, para informar sobre diversos aspectos de la vida empresarial, que podrían afectar o ser de interés para la sociedad en general”.

Por su parte, Hilda Saladrigas, en *Teoría de la Comunicación: Una Introducción a su estudio*, entiende este tipo de comunicación como “la interrelación de los elementos constituyentes del entorno interno, con los que existen en el entorno externo, de manera particular o de manera general, como la representación de un todo”.

Dentro de la comunicación externa existen varios tipos de comunicación en la organización, Annie Bartoli distingue tres tipologías, recogidas en su obra *Comunicación y organización*: la organización comunicante y la comunicación organizada.

Comunicación externa operativa. Se trata de la comunicación vinculada con la actividad y desarrollo diario de la compañía, que se produce con todos los públicos de la organización.

Comunicación externa estratégica. El objetivo de este tipo de comunicación externa es obtener información sobre aspectos estratégicos de la empresa que permitan mejorar la posición competitiva de la misma, como situación de la competencia, novedades legislativas, estado del mercado...

Comunicación externa de notoriedad. Esta forma de comunicación externa es la que habitualmente se asocia con el término, haciendo referencia al flujo de información, con el que la compañía trata de dar a conocer sus productos y servicios y mejorar su imagen y reputación.

## **CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA EN LAS ORGANIZACIONES**

¿Cómo se externaliza esta comunicación? Como decíamos, los vehículos comunicativos actuales son muy numerosos y siguen incorporando nuevas vías conforme evoluciona la tecnología. No obstante, las siguientes herramientas son los ‘must-have’ de toda organización:

Notas de prensa o comunicados. Las notas de prensa reflejan las informaciones que la empresa envía directamente a los medios de comunicación y, a través de los cuales, da a conocer hechos novedosos y de cierto interés periodístico sobre la compañía: nuevos productos, incorporación de tecnologías, designaciones de cargos, etc. En el caso de los comunicados, aunque son muy similares, se emplean para transmitir a los medios una valoración sobre algún acontecimiento sucedido, como puede ser en un caso de crisis de comunicación (un accidente laboral de un trabajador, varios despidos, acusaciones...).

Publicidad. Otro de los formatos clásicos de la comunicación externa es la publicidad, aunque hoy en día no hay que limitarse a los anuncios tradicionales en radio, televisión,

prensa o catálogos, sino que hay que abrir la mente a nuevas posibilidades, como los espacios patrocinados digitales o el ‘street marketing’.

Web corporativa. Ya también se ha convertido en un imprescindible de toda compañía, cualquiera que sea su tamaño. A través de esta plataforma, la empresa puede informar al usuario sobre sus productos y servicios, propósito empresarial, política y valores, agenda de actividades, organigrama, etc. La navegabilidad, legibilidad y transparencia son los tres requisitos de toda web corporativa.

Blog. Más recientemente se han incorporado los blogs a la comunicación externa corporativa. Se trata de ‘microsites’ donde las informaciones que publica la empresa ya no son meramente institucionales, sino que aportan un valor añadido, abordando temas de interés general para el público objetivo de la marca.

Redes sociales. Contar con perfiles en las redes sociales permite a la firma llegar a un público muy amplio, tanto general como especializado. Por ejemplo, a través de LinkedIn se puede desarrollar una estrategia de employer branding para atraer a los mejores talentos. Estas herramientas, además, siguen incorporando nuevas formas de comunicación, como es el caso de las aplicaciones para realizar retransmisiones en directo, habilitadas en las principales redes sociales.

Boletines digitales. Una manera de mantener informadas a las personas interesadas en la empresa son los boletines digitales. Se trata de emails en los que la compañía recoge temas de interés para los destinatarios: descuentos, promociones, resúmenes de noticias o entradas al blog...

Llamadas telefónicas. Los ‘call centers’ son uno de los canales más complejos, pues se trata de un contacto directo y, en la mayoría de ocasiones, no solicitado, que puede perjudicar la imagen de empresa. Por ello, es importante cuidar todos los detalles para evitar que provoque el efecto contrario al deseado.

## **LA COMUNICACIÓN COMO ELEMENTO DE FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL**

En este segmento, se hace referencia a la comunicación como un elemento importante para fortalecer las organizaciones.

La comunicación está presente en todo lugar y mucho más dentro de una organización porque es necesario relacionarse con los demás para poder realizar el trabajo de forma coordinada cumpliendo todos la misma meta y los mismos objetivos.

La comunicación se hace presente para manejar de manera adecuada un buen liderazgo, el trabajo en equipo y sobre todo para la resolución de conflictos la toma de decisiones el diseño de proyectos y para dar la rendición de cuentas de lo que se está realizando en las organizaciones.

Para dichas actividades es necesario manejar la comunicación de forma creativa y fácil de entender por lo cual la comunicación presenta varias formas de realizar productos comunicacionales que son de gran ayuda para difundir la información requerida por las demás personas.

Varios autores han definido lo que hace referencia la palabra “Producto” en el ámbito comunicacional. Para (Thompson, 2012) el producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos”, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.

Según (Bonta & Farber, 2002) "El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos”. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización.

(Stanton, Etzel, & Walker, 2007)Definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea"

En base a las definiciones anteriores el producto es algo tangible o intangible. Puede ser un producto o un servicio con la finalidad de satisfacer una necesidad o deseo de los públicos externos.

Los productos comunicacionales en la organización pueden ser tangibles e intangibles con el propósito de utilizarlos para ejecutar la estrategia de comunicación, para (García, Herrera, & Flores, s.f.)Estos pueden ser:

Físicos: Paneles, afiches, volantes, murales.

Actividades: Convocatorias, conferencias, charlas, pasacalles, stands de información.

Plataformas virtuales: Blogs, cuentas en Facebook, Twitter, e-mails.

Para lograr atraer la atención del público se debe manejar la creatividad en cada uno de los productos comunicacionales y buscar el método adecuado para que sea eficaz y eficiente; otra de las características de estos productos es que deben ser claros y confirmar o sacar de dudas al receptor.

Es recomendable en una organización usar imágenes porque llama en primera instancia la atención de las personas y de esta manera se incentiva a que continúe leyendo la nota. La imagen debe ser de colores intensos para que sea llamativa, clara, específica. Según (García, Herrera, & Flores, s.f.) “Una imagen específica y bien ubicada puede ayudar a aclarar el tema.”

Títulos.- Es muy importante el título que se le vaya a dar al producto comunicacional, debe ser innovador y si es complicado de entender con facilidad debe ir acompañado por una explicación en la cual se use palabras comunes sin perder el lineamiento al cual está enfocado el producto.

Textos.- Es muy importante el uso de palabras cortas y conclusiones breves y precisas luego de los textos informativos, investigaciones o reportajes ya que sacará de dudas al lector o incentivarán a leer el artículo.

Los productos comunicacionales se pueden difundir através de:

Plataformas virtuales.- tales como Facebook, Twitter, Blogs, Fan Págs, páginas web, esto con el propósito que la información sea accesible en todo momento y a toda hora además los receptores tienen la posibilidad de informarse de las actividades que se están realizando, además también puede servir como una fuente de consulta.

Correos masivos.- para mantener informados a todos los integrantes de la institución es una buena opción enviar la información a través de correos electrónicos ya que el mensaje llega de forma eficaz.

Cartelera informativa.- se la puede realizar con frecuencia y colocarla en un lugar estratégico para que la mayoría de la población puedan observarla e informarse de los acontecimientos. Aquí también es necesario

## **CATEGORÍAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE**

### **ORGANIZACIÓN**

La organización es el trabajo coordinado de diferentes fuerzas que trabajan con un mismo fin cumpliendo las mismas meta y los mismos objetivos

Para (Mooney 1947): "... el término "organización" se refiere a algo más que a la estructura del edificio. Se refiere a todo el cuerpo, con todas sus funciones correlativas. Se refiere a todo el cuerpo, con todas sus funciones correlativas. Se refiere a las funciones que van apareciendo en acción; al pulso y a los latidos mismos del corazón; a la circulación y a la respiración; al movimiento vital, por así decirlo, de la unidad organizada. Se refiere a la coordinación de todos estos factores en cuanto colaboran para el fin común".

Según Simon (1952): "... es un sistema de actividades interdependientes que abarcan por lo menos varios grupos primarios y generalmente caracterizados a nivel de la conciencia de los participantes por un alto grado de dirección del comportamiento hacia fines que son objeto de conocimiento común.

Para Argyris (1957): "Las organizaciones formales están basadas en determinados principios, tales como la especialización de tareas, la cadena de mando, la unidad de dirección y la racionalidad".

Barnard (1959): "... una organización esencial,... es un sistema de actividades o fuerzas conscientemente coordinadas de dos o más personas"

### **COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL**

El comportamiento organizacional es un área de estudio en donde se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones,

con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de en las organizaciones.

Además, es una disciplina llevada a la ciencia cuya base de conocimientos se agrega constantemente una gran cantidad de investigaciones y desarrollos conceptuales. Pero también es una ciencia aplicada, ya que la información sobre prácticas efectivas en una organización puede extenderse a muchas otras.

También se la considera un campo de estudio porque es una especialidad delimitada y con un conjunto común de conocimientos que estudia tres determinantes del comportamiento de las organizaciones: individuos, grupos y estructura. Aplica el conocimiento obtenido acerca de los individuos, los grupos y el efecto de la estructura en la conducta, con la finalidad de un mejor funcionamiento en las organizaciones. El comportamiento organizacional se interesa particularmente en las situaciones que atañen al empleo.

## **CULTURA ORGANIZACIONAL**

La cultura organizacional está relacionada con una serie de valores, actitudes, experiencias y hábitos entre los grupos que interactúan dentro de una organización.

En la cultura organizacional se encuentran las normativas de carácter informal y no escritas, que guían el comportamiento diario de los integrantes de una organización, conductas que pueden o no estar alineadas con el propósito de la organización.

Estos valores o normas sirven de orientación al momento de conducirse dentro de cualquier empresa, ya que los mismos, definen las conductas apropiadas que deben percibir los trabajadores de una compañía en situaciones específicas.

Así como también en lo que se refiere a la interacción, que debe darse entre ellos como integrantes de la misma, para que de esta forma se impulse el crecimiento y desarrollo de la organización.

La cultura organizacional suele manifestarse de la siguiente manera: en la forma en que la empresa realiza sus actividades, en el trato a sus empleados, clientes y a la sociedad en general.

En el nivel de concesión de autonomía y libertad en la toma de decisiones, la manifestación personal y la creación de ideas innovadoras. En la forma como se ejerce el poder y cómo circula la información mediante su rango. Por el nivel de compromiso que ejercen los empleados hacia las metas colectivas.

La cultura organizacional o corporativa puede considerarse de dos maneras, una cultura fuerte y otra débil. Se considera fuerte cuando todo el personal de la empresa cree en los valores y principios de la organización.

Se considera débil, cuando estos valores organizacionales no generan convencimiento entre los trabajadores, por lo que son puestos de manera obligada.

La cultura en organizaciones enfocadas en el poder: en este caso el objetivo principal de la organización es la competitividad, y los valores vinculados a este enfoque, serán los que consolidan las posiciones de poder en su seno y los que fomenten la centralización en la toma de decisiones.

La cultura en las organizaciones inclinadas hacia las normas: su finalidad es la estabilidad y seguridad de la empresa. Los valores vinculados con esta cultura se fundamentan en el cumplimiento cabal de las normas establecidas en la organización, así como la vigilancia de que los procedimientos sean ejecutados correctamente.

La cultura en las organizaciones con un enfoque hacia los resultados: en este caso la empresa se inclina por la eficacia de los recursos empleados en el logro de los objetivos, valorando todas las acciones que contribuyan al logro de los mismos.

La cultura en las organizaciones enfocadas en las personas: se asocia con todos aquellos valores que le generen satisfacción a cada uno de los integrantes de la organización, es decir, todos los que promuevan la realización personal de los trabajadores.

## **FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL**

Es el desarrollo de capacidades de la organización, reconociendo el potencial de participación de las personas en la construcción de un desarrollo en la organización que sea sostenible.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua (4), volviendo un poco más a los términos para definir mejor el concepto, dice que “fortalecer” es hacer más fuerte o vigoroso.

Y releendo la referencia semántica de “vigor” lo vincula a fuerza, pero también en su segunda acepción a viveza y eficacia de las acciones, en su tercera acepción a la capacidad de las leyes y ordenanzas para obligar y, en su cuarta acepción, menciona que es también la proyección temporal de las costumbres.

De ello, podemos deducir que dicha acción de fortalecer tiene un sentido y vinculación muy interesante en relación con la vigencia y fortaleza y realidad de comportamientos supeditados a normas (independientemente de su carácter jurídico) y a su perseverancia social y temporal, pero no debería tener mayores implicaciones, ni confusiones al respecto.

Y dice también el Diccionarios de la Real Academia de la Lengua que “institucional” se refiere a institución y recoge hasta seis acepciones del término con muchos matices y variables en el uso del término.

A lo que nos interesa, son dos los sentidos fundamentales: institución como organización de amplia transcendencia social e institución como conjunto de principios de orden básico.

Luego, desde un punto de vista lingüístico, utilizaremos la palabra “institución” como un sinónimo de organización/ estructura, sentido que aclara mucho los matices y podemos también usarla como sinónimo de principios de comportamiento social básico, especialmente, de los agentes y actores gubernamentales; significado que también encontramos en los textos mencionados.

## **RELACIONES HUMANAS**

“Lo interesante de los seres humanos es que inconscientemente estamos avivados de comunicarnos y de convivir con otros, (...) necesitamos de ellos y ellos de nosotros” (Davalos, 2011) . Las relaciones humanas hacen referencia al llevarse bien con los demás, mostrar aprecio a las demás personas, y en si a toda interacción con los demás.

En la actualidad las relaciones humanad han sido estudiadas para ayudar a mejorar la interacción personal con las demás personas. Para (Davalos, 2011) “existen varias ciencias de corte científico que pueden ayudar a definir la complejidad de las relaciones humanas”. Además la Psicología, la sociología.

La superficialidad, estrés, agresividad, saturación y presión de la vida moderada.- sobre todo en las grandes ciudades donde los estereotipos que impone la sociedad crea en el individuo una serie de “necesidades y frustraciones” que a veces son difíciles de suplir o son lejanas a su realidad y cultura.

El desarrollo científico, tecnológico y social.-esto ha contribuido al cambio de valores y posturas ante la vida, por ejemplo ahora resulta inadecuado carecer de un celular, tele cable o internet, la relación cara a cara cada vez es más lejana y por si fuera poco, sentimos que esto es normal, el resultado hace que se creen nuevas formas de relacionarse.

El concepto de autoridad y respeto.- no tiene la acepción de años atrás, el hecho de ser jefe no quiere decir que no se le pueda cuestionar o criticar hasta descubrir los tradicionales líderes de opinión. “La autoridad se gana con una buena relación humana”.

Las organizaciones laborales.- cada vez cosifican más al individuo debido a la automatización y complejidad de la tecnología.

La convivencia con los seres humanos exige de todos y cada uno ceder, en muchos casos, a favor del otro, así la relación será más agradable e irán desapareciendo las sensaciones desagradables o indiferentes.

## **LA COMUNICACIÓN Y LA ORGANIZACIÓN EN PROCESO DE CAMBIO**

El objetivo en las organizaciones es implementar o crear un cambio cultural con la finalidad de formar una estrategia de comunicaciones integradas y enfocadas a un solo objetivo. Para (Ritter, 2008) en la mayoría de los casos, “la comunicación destinada a

reforzar o modificar una cultura organizacional tendrá como público objetivo no solo las audiencias internas”.

Si una organización ha planeado cambiar su cultura es porque se dieron cuenta que algo no funcionaba o no marchaba de la mejor manera, por tal razón se considera importante comunicar a todo el personal de dicho cambio.

“Una estrategia de comunicación basada en la interacción personal, en la comunicación informal es decir mantener una relación cara a cara entre los integrantes de la organización tiende a mejorar los resultados debido a la participación de las personas involucradas en el hecho”. (Ritter, 2008)

La cultura organizacional reúne los comportamientos, valores y virtudes de las personas. Según (Ritter, 2008) “la Cultura Organizacional es la manera en la que actúan los integrantes de un grupo o de una organización. Bajo esta premisa se puede definir como el conjunto de valores, actitudes, tradiciones entre los grupos existentes en todas las organizaciones”.

La cultura según lo explicado anteriormente se las define en dos niveles como cultura fuerte y cultura débil.

Las culturas fuertes se caracterizan porque los valores de la organización son firmes y aceptados por todos los integrantes de la misma institución , en cambio, una cultura débil ocurre todo lo contrario, esto se observa por los siguientes aspectos: el personal posee poca libertad en su trabajo, la gerencia muestra poco interés por su personal, no hay métodos de estimulación hacia el empleado, no existe incentivos por el nivel de productividad del trabajador, entre otros, es decir, se observa un desinterés por los empleados que son los elementos más importantes para llevar a cabo el funcionamiento de la organización y cumplir sus metas planteadas.

## **TRABAJO EN EQUIPO PARA FORTALECER LA ORGANIZACIÓN**

El termino equipo viene de *equipar, esquipar* y estas del antiguo Germánico *skipian* = navegar. Es decir equipo hacía referencia a una tripulación que se caracterizaba por la buena funcionalidad y organización.

Para (Davalos, 2011) “hablar de grupos humanos conlleva, de manera obligada y esencial, en primera instancia a la comunicación y después a la información”. Y el trabajo en equipo tiene como finalidad hacer que un grupo humano trabaje por un mismo objetivo, en donde cada uno hace un parte pero todos con el mismo interés.

Cuando se trabaja en equipo se comparte esfuerzos y se disminuye el tiempo en las actividades planificadas además se comparte necesidades.

Pasos para fortalecer la organización:

Establecer cuál es el propósito de la organización.

Identificar los problemas que la aquejan analizar el origen de los problemas.

Priorizar los problemas de mayor gravedad.

### **CARACTERÍSTICAS DE UN LÍDER**

Para manejar el liderazgo es necesario reunir una serie de virtudes que darán mayor acercamiento para que una persona pueda liderar a otro grupo de persona y llevarlas a cumplir los mismos fines con la ayuda y participación de todos.

Para (Davalos, 2011) “El termino líder ha sido estudiado desde varios enfoques, se tomara el concepto anglosajón la palabra *leader* (líder) proviene de verbo “to lead” (guiar o dirigir) líder es el acto de guiar para avanzar y lograr objetivos y metas de bien común”

Algunas de las características son: buena comunicación, orientación hacia la realidad y a la acción, optimismo, entusiasmo y seguridad, buen colaborador e institucional, ambición y espíritu de logro, ánimo y valentía, respeto y aceptación, responsabilidad y compromiso, motivación hacia sus seguidores , autocrática constante, creatividad e innovación , honestidad y sinceridad, organización y orden, recepción y empatía, conciencia de las necesidades y realidades, alerta siempre, digno de confiar, confianza- visión, intuición y comprensión, el buen sentido del humor, preparación y conocimiento.

### **FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL**

La finalidad del fortalecimiento en las organizaciones es proveer a los grupos debidamente organizados de todas aquellas herramientas necesarias que les ayuden a lograr su sostenibilidad.

Elementos para fortalecer la organización internamente en la organización. Para (Muñoz, 2012) es importante mantener “la escucha activa.- uno de los principios más importantes y difíciles de todo el proceso comunicativo es el saber escuchar” por tal razón para fortalecer a la organización entre los integrantes de la organización se debe aplicar la escucha activa.

Otra situación que menciona es “No ir acumulando emociones negativas sin comunicarlas.- producirían un estallido que conduciría a una hostilidad destructiva”, y también aclara que se debe tomar en cuenta el aspecto corporal.

Según el Manual de Fortalecimiento para Organizaciones de la Sociedad Civil del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES) elabora este manual con el objetivo de brindar un conjunto de herramientas para el fortalecimiento de organizaciones sociales o grupos en formación, con los que el Ministerio de Desarrollo Social se vincula a través de su despliegue territorial.

Se resume en los elementos que son útiles para fortalecer la organización.

- Planificación
- Trabajo en equipo
- Resolución de conflictos
- Organización para trabajar
- Cumplir metas y objetivos
- Liderazgo y participación
- Toma de decisiones

### **Determinación de Variables**

**Variable Independiente:** La comunicación como elemento

**Variable Dependiente:** fortalecimiento organizacional

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **Enfoque de la Investigación**

El presente proyecto de investigación se realizará bajo el enfoque crítico - propositivo con los parámetros cualitativos. Es crítico porque nos ayuda a cuestionar al objeto de estudio y es propositivo porque nos permite proponer soluciones al problema planteado; Además, se considera cualitativo porque se recogerán datos, se analizarán y se interpretarán, esto servirá de respaldo para el proyecto, y esto ayuda al análisis cualitativo para describir al fenómeno de investigación a través una entrevista a profundidad a un denominado “FOCUS GROUP”.

#### **Modalidad de investigación**

El proyecto de investigación se realizará de forma:

#### **Descriptivo - Exploratorio**

Porque este método nos admite describir al fenómeno de investigación y permite hacer comparaciones.

#### **Bibliografía – Documental**

Porque se obtendrá información secundaria sobre el tema de investigación obtenidos a través de libros, periódicos, textos, módulos, internet, revistas, así como de documentos válidos y confiables a manera de información primaria. Además tiene el propósito de conocer, ampliar y profundizar diferentes puntos de vista, hipótesis, conceptualizaciones y criterios de varios autores.

#### **De Campo**

Porque con esta técnica permite al investigador acudir en el lugar de los hechos en esta ocasión será al GADPR Santa Rosa a recabar información para así poder actuar en el contexto debido a que este método permite tener contacto directo con la realidad.

### **Tipo de la Investigación**

**Exploratorio:** este tipo de investigación permite reconocer las variables de estudio y explorar la situación de acuerdo a la investigación se resaltará la realidad y se actuara de acuerdo al contexto generando una hipótesis y proponiendo una solución.

**Descriptivo:** se pretende detallar la situación actual es decir las causas y los efectos del problema planteado permitiendo medir y analizar la participación de la población.

### **Población y Muestra**

#### **Muestra:**

La muestra es un “subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernandez, 2010). La presente investigación presenta un muestreo proporcional el mismo que tiene por objeto analizar las publicaciones que han realizado las autoridades del GADPR Santa Rosa a través de la página de Facebook y otros medios.

Para el análisis de la comunicación externa se tomó en cuenta 60 publicaciones en la página oficial de Facebook desde el 01 de enero de 2016 hasta el mes de enero de 2017 y para el análisis de la comunicación interna se realizó entrevistas a los cinco vocales del GADPR Santa Rosa personas quienes forman parte del denominado “focus group”.

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Tabla N° 1 Variable Independiente: La comunicación como elemento**

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La comunicación como elemento en una organización es el arte de transmitir o recibir información o es el intercambio de ideas con la finalidad de hacer partícipe al otro de lo que se quiere decir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Transmitir o recibir información</li> <li>❖ Intercambio de ideas</li> <li>❖ Hacer partícipe al otro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Estrategias de comunicación</li> <li>❖ Oral</li> <li>❖ Escrita</li> <li>❖ digital</li> <li>❖ metas</li> <li>❖ logros</li> <li>❖ aptitudes</li> <li>❖ Procesos</li> <li>❖ Actividades</li> <li>❖ Talleres</li> </ul>	<p>¿Cómo es la comunicación interna en el GAD?</p> <p>¿Qué medio usted utiliza como forma de comunicación dentro del GAD?</p> <p>¿Usted como autoridad del GADPR Santa Rosa informa a sus compañeros sobre las actividades a realizarse?</p> <p>¿Qué forma de comunicación considera más Efectiva? Audiovisual, alternativa, escrita, interactiva, verbal, signos y símbolos</p> <p>¿Considera usted que los medios utilizados para emitir la información son efectivos?</p>	Entrevista y análisis de las publicaciones

Fuente: María José Vega Chicaiza

Elaboración: María José Vega Chicaiza

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Tabla N° 2 Variable dependiente: fortalecimiento organizacional**

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La finalidad del fortalecimiento en las organizaciones es proveer a los grupos debidamente organizados de todas aquellas herramientas necesarias que les ayuden a lograr su sostenibilidad y al cumplimiento de las metas y objetivos para el bien común.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Grupos organizados</li> <li>❖ Herramientas</li> <li>❖ Cumplimiento de metas u objetivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Liderazgo</li> <li>❖ Participación</li> <li>❖ Trabajo organizado</li> <li>❖ Ambiente laboral</li> <li>❖ Relaciones humanas</li> <li>❖ Motivación personal</li> <li>❖ Trabajo en equipo</li> <li>❖ Pensamiento positivo</li> <li>❖ Aptitud y actitud</li> </ul>	<p>¿Considera usted importante a la comunicación interna como parte del fortalecimiento organizacional?</p> <p>¿Es importante para usted el fortalecimiento organizacional a través de la comunicación interna?</p> <p>¿Qué estrategias utiliza usted para fortalecer la organización a través de la comunicación?</p> <p>Según su criterio ¿considera usted que lo personal afecta a lo laboral?</p>	Entrevista y análisis de las publicaciones

Fuente: María José Vega Chicaiza

Elaboración: María José Vega Chicaiza

**Tabla N° 3 Plan de recolección de información**

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIONES</b>
1.- ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2.- ¿De qué personas u objetos	De las autoridades del GADPR Santa Rosa
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Sobre la comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional
4.- ¿Quién?	Investigador
5.- ¿Cuándo?	Todo el año 2016 y el primer trimestre del año 2017
6.- ¿Dónde?	En la parroquia Santa Rosa
7.- ¿Cuántas veces?	Las necesarias hasta recopilar la información deseada
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Entrevista y fichas de seguimiento a la red social de la parroquia
9.- ¿Con qué?	Guía de entrevista
10.- ¿En qué situación?	Durante el proceso investigativo

Fuente: María José Vega Chicaiza

Elaboración: María José Vega Chicaiza

## **Plan de procesamiento de información**

Para el procesamiento de la información obtenida, se revisará críticamente, eliminando las contradicciones y depurando datos incompletos o impertinentes, para luego interpretarlos y presentarlos en gráficos y tablas para cumplir con el enfoque de la investigación de criterio cualitativo.

De los resultados obtenidos, se destacarán tendencias o relaciones que se hallen coherentes con los objetivos y la hipótesis del estudio, siempre apoyados en el marco teórico para acertadamente dar conclusiones y recomendaciones.

Para el análisis de la comunicación externa se tomó en cuenta cinco publicaciones por mes en total 60 publicaciones y para el análisis de la comunicación interna se realizó una entrevista a los cinco vocales quienes conforman el GADPR Santa Rosa

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

<b>Ficha N° 1</b>	Fecha: 15 de enero de 2016
	Total de Me gusta : 10 Total de veces compartidas : 2 Total de comentarios: 0 Tipo de contenido: evento social por navidad Tipo de comunicación: externa  Descripción:  Álbum de fotografías evento social en el coliseo central de la parroquia 9 fotografías, Aproximadamente 400 adultos mayores fueron beneficiados con esta actividad.
<b>Investigadora: Maria Jose Vega</b> <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b> <b>Hora: 19: 06</b>	

#### **Análisis e interpretación**

El GADPR Santa Rosa hace énfasis en la comunicación externa para dar a conocer eventos sociales, en el mes de enero se realizaron 21 publicaciones.. De tal manera que, de acuerdo la investigación realizada la comunicación externa si influye dentro del fortalecimiento organizacional, porque se utiliza con frecuencia.

En la parte externa se maneja la comunicación visual y la comunicación masiva, visual porque se transmiten mensajes y son percibidos a través de la vista como en esta ocasión fotografías de eventos públicos.

Mediante el trabajo de investigación se pudo evidenciar que también se utiliza la comunicación masiva porque se publica en la página en la cual cuenta con 1.835 seguidores en donde existe un emisor que es el que publica y varios receptores quienes que reciben el mensaje.

<p><b>Ficha N° 2</b></p>	<p>Fecha: 15 de enero de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 11</p> <p>Total de veces compartidas : 3</p> <p>Total de comentarios: 0</p> <p>Tipo de contenido: reunión ordinaria seguridad</p> <p>Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Foto noticia sobre la reunión en donde se trata temas de seguridad para los habitantes de la parroquia.</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 19: 14</b></p>	

**Análisis e interpretación**

En esta publicación se mostró parte de las resoluciones que se tomaron dentro de esta reunión extraordinaria de las autoridades del GADPR Santa Rosa y se hizo énfasis en la comunicación externa.. Como lo ampara la Ley de Comunicación en el Ecuador en el título II: Derechos, Capítulo segundo: Derechos del buen vivir, Sección Tercera: Comunicación e Información en el Art. 18.-“Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas”. . Conforme a lo investigado, la comunicación externa si influye dentro del fortalecimiento organizacional, la utilización de las redes sociales es una buena alternativa para llegar a las masa y brindar información y en el mayor de los casos para generar comunicación es decir que los receptores pueden dejar sus comentarios y las autoridades responden como máximo en 72 horas y así se genera un feedback para hacer posible el comunicarse.

<p style="text-align: center;"><b>Ficha N° 3</b></p>	<p>Fecha: 18 de enero de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 11  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: reunión con la gobernadora de Tungurahua  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>11 fotografías que muestran el encuentro con la gobernadora y los planes que existen para la construcción de la unidad educativa del milenio en la comunidad de cuatro esquinas.</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 19: 25</b></p>	

### **Análisis e interpretación**

En el álbum de fotografías se mostró la visita de la Gobernadora de Tungurahua, al ser una autoridad provincial se convierte esta actividad en un evento de relevancia.

Según el COTAD ampara en el Artículo 65 literal (a) “Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad”. De acuerdo a la investigación realizada en base a la comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional, se visualiza el uso de la comunicación visual y se utiliza un emisor para que difunda la información a través de la página oficial de Facebook y varios receptores quienes reciben la información.

Además se proponer también realizar publicaciones en español y en quichua ya que en la parroquia se manejan esos dos idiomas y sobre todo en las publicaciones que van destinadas a dicho grupo de personas.

<p align="center"><b>Ficha N° 4</b></p>	<p>Fecha: 21 de enero de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 11  Total de veces compartidas : 12  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: invitación festival de arte y cultura  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Presentación de un video para invitar a participar del evento d arte y cultura en el coliseo central de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 19: 34</b></p>	

**Análisis e interpretación**

El video presentado impulso a la realización de un festival de Arte y cultura denominado “Elevación” 11 personas indicó que les gusta y 12 veces fue compartido asumiendo que de esta manera tubo mayor alcance.

En el COTAD específicamente en el Capítulo IV Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Sección Primera Naturaleza jurídica, sede y funciones literal (i) “Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad”

La investigación realizada en base a la comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional si influye dentro del GADPR Santa Rosa ya que es información de interés social y por tal razón se utiliza la comunicación de masas a través de una red social denominada Facebook.

El producto comunicacional que se publicó fue un video, es una estrategia que utilizo para atraer a las personas y lograr que participen en el festival de artes.

En esta ocasión la comunicación si fue un elemento para fortalecer las ideas de la organización.

<p align="center"><b>Ficha N° 5</b></p>	<p>Fecha: 28 de enero de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 22  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 4  Tipo de contenido: informativo en canal de televisión  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Presidente del GAD en un canal local hace la invitación a las fiestas de la Virgen de la Elevación</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 19: 34</b></p>	

### **Análisis e interpretación**

En esta imagen se reveló como la autoridad principal de la parroquia hizo la invitación a las festividades en honor a la virgen d la Elevación en un medio de información local específicamente en un canal televisivo “Unimax tv” que tiene gran alcance en el sector.

Con la intención de incentivar a la colectividad a que se participe de estos eventos y asi mejorar indirectamente el turismo y la economía a través de los visitantes durante las festividades.

Según la investigación la comunicación es parte fundamental en el gobierno parroquial de Santa Rosa por tal razón se ha buscado medios de información para poder informar a la población d las actividades que se están realizando.

Es una buena estrategia utilizar los medios audiovisuales porque de esa manera se logra captar la atención de los receptores ya que se observa y se escucha a la vez.

<p align="center"><b>Ficha N° 6</b></p>	<p>Fecha: 05 de febrero de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 47  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 2  Tipo de contenido: Festival de arte y cultura  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Álbum de 5 fotografías que muestra cómo se desarrolló en concurso de arte y cultura organizado por estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 16</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Este álbum de fotografías obtuvo un total de 47 “Me gusta” asumiendo que obtuvo gran alcance con respecto a las publicaciones anteriores. La razón por la cual acumulo una gran cantidad de likes debido a que estaba dirigido a una población joven y adolescente; Tales como pastoral juvenil, estudiantes de la Unidad Educativa Santa Rosa que se encuentran vinculados con las redes sociales.

Además en el COTAD específicamente en el Capítulo IV Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Sección Primera Naturaleza jurídica, sede y funciones literal (i) “Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad”

La investigación realizada en base a la comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional es positiva porque se ha descubierto que los medios digitales permiten el acercamiento a la colectividad y se difunde rápidamente la información a través de las redes sociales.

<p align="center"><b>Ficha N° 7</b></p>	<p>Fecha: 15 de febrero de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 14  Total de veces compartidas : 4  Total de comentarios: 2  Tipo de contenido: foto reportaje pan de Santa Rosa  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:  La fotografía muestra la elaboración del pan en horno de leña típico de la parroquia. Tiene dos comentarios positivos.</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 38</b></p>	

### **Análisis e interpretación**

Esta publicación presento un foto portaje en donde se muestra la elaboración del típico pan de Santa Rosa con la finalidad de dar a conocer la tradición del pueblo e invitar a propios y extraños a que adquieran este producto elaborado en Santa Rosa”.

De acuerdo con la investigación realizada en base a la comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional se concluye que los medios audio-visuales son efectivos para transmitir información porque prestan dos funciones la una de poder observar y la otra de escuchar.

Se conoce que aproximada mente por la década de los 80 se crea las nuevas tecnologías en donde por medio del celular, la computadora un televisor se puede acceder de forma inmediata a la información.

<p align="center"><b>Ficha N° 8</b></p>	<p>Fecha: 16 de febrero de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 21  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 2  Tipo de contenido: trabajos en la parroquia  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Las fotografías muestran el trabajo de señalización en las calles cercanas al parque  Tiene un comentario positivo</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 45</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Este álbum de fotografías se acumuló un total de 21 “Me gusta”. Un dato importante es que las fotos llevan un banner corporativo que hace que las imágenes sean más personalizadas

Amparados en el Artículo 64 del COTAD en el literal (f) en donde se menciona que: “Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia”.es una de las funciones del GADPR.

Desacuerdo con el trabajo de investigación se llago a la conclusión de que si la comunicación es un gran elemento para fortalecer la organización se está usando el tipo de comunicación apegada a las tecnología pero también es necesario hacer noticias a lo tradicional porque en la parroquia aún se cuenta con parte de la población que no se encuentran en las redes sociales.

El utilizar productos comunicacionales tales como spots, noticias cortas, volantes anuncios a través de altos parlantes aún tiene vigencia ya que la población se encuentra acostumbrada a ese tipo de comunicación.

<p align="center"><b>Ficha N° 9</b></p>	<p>Fecha: 16 de febrero de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 10  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: reunión con el MIES  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Las fotografías muestran el desarrollo de la reunión especialmente la firma del convenio con el MIES para continuar trabajando con los Centros Infantiles del Buen Vivir y con los Adultos Mayores de Santa Rosa y otras entidades</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:03</b></p>	

### **Análisis e interpretación**

El Gobierno parroquial hizo énfasis en presentar a la colectividad actividades y eventos públicos para mostrar a la población en que es que se está trabajando; esta reunión se realizó con otras autoridades provinciales y nacionales con la finalidad de buscar el desarrollo para la parroquia.

La Ley de Comunicación en el Ecuador en el título II: Derechos, Capítulo segundo: Derechos del buen vivir, Sección Tercera: Comunicación e Información en el Art. 18.- ampara que “Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas”.

Como resultado de la investigación realizada se concluye que la comunicación externa si influye dentro del fortalecimiento organizacional porque las estrategias comunicativas están enfocadas en la eficiencia y eficacia de la comunicación.

Se cumple con los objetivos de la investigación y se comprueba que la comunicación es esta ocasión no es limitada, que el tipo de comunicación que se utiliza es eficaz.

<p><b>Ficha N° 10</b></p>	<p>Fecha: 29 de febrero de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 12  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: informe rendición de cuentas  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Álbum de 12 fotografías que muestran el desarrollo de la rendición de cuentas expuesta por las autoridades del GAD a los habitantes de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 25</b></p>	

**Análisis e interpretación**

En el mes de febrero el GADPR Santa Rosa ha emitido 20 publicaciones en total.

Se realizó esta actividad porque en el COTAD se encuentra impregnado en el artículo 70.- de las atribuciones del presidente o presidenta de la junta parroquial rural.- Le corresponde al presidente o presidenta de la junta parroquial rural, menciona que:

Se debe “Presentar a la junta parroquial rural y a la ciudadanía en general un informe anual escrito, para su evaluación a través del sistema de rendición de cuentas y control social, acerca de la gestión administrativa realizada, destacando el cumplimiento e impacto de sus competencias exclusivas y concurrentes, así como de los planes y programas aprobadas por la junta parroquial, y los costos unitarios y totales que ello hubiera representado”

En relaciona lo investigado se resume que en este mes la comunicación es manejada desde el ámbito de prevalecer la imagen corporativa porque se usa en las publicaciones el banner representativo de la organización, detalle que mejora la imagen y es un elemento de fortalecimiento organizacional porque se está creando sentido de pertenencia con las actividades que realiza el GAD.

<p><b>Ficha N° 11</b></p>	<p>Fecha: 08 de marzo de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 9  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: homenaje a las mujeres en su día  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Homenaje a las mujeres que trabajaron en la campaña de esterilización animal por parte del presidente del GAD.</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 45</b></p>	

### Análisis e interpretación

GADPR Santa Rosa apoyándose en la comunicación externa hizo un homenaje a las mujeres en reconocimiento al día internacional de la mujer y entregó un detalle a médicos extranjeros que se encontraban trabajando en una campaña de esterilización.

Se difunde la imagen de la institución y los colores corporativos en estas fotografías. A pesar de no existir un departamento de comunicación se hizo todo lo posible por comunicar y dar a conocer el nuevo logo del GAD

En cuanto a la investigación de la comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional se pudo descubrir que fue de gran apoyo utilizar las redes sociales para el lanzamiento de una campaña solidaria porque la información que está en la web se mueve más rápido y de esa forma se llega a las masas. Y así una vez más se concluye que la comunicación es el pilar fundamental para el desarrollo de los pueblos.

<p><b>Ficha N° 12</b></p>	<p>Fecha: 11 de marzo de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 8  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: noticia sobre trabajos en la parroquia  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>8 fotografías que muestran los trabajos que se realiza en la comunidad de Apatug y Angahuana Bajo.</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22: 02</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Porque la colectividad tiene derecho a mantenerse informada el Ing. Francisco Agualongo encargado de vías y construcciones hace público por medio de fotografías el trabajo de la construcción de un puente que une a dos comunidades indignas de la parroquia.

Como lo dice en el COTAD que los vocales de GADPR en el Artículo 67 en base a las.- Atribuciones de la junta parroquial rural.- A la junta parroquial rural le corresponde: específicamente en el literal (s) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de la parroquia en mingas o cualquier otra forma de participación social para la realización de obras de interés comunitario. De tal manera que así se realizó esta labor a través de mingas con las personas del sector.

La investigación demuestra que la comunicación si aporta al fortalecimiento de la parroquia y a la vez de la población en general porque se genera un feedback en relación a las actividades que se realizan, por ejemplo para esta actividad se necesitaba de personas quiñes participen en la minga y se realizó un proceso de comunicación a través de los altos parlante y se obtuvo buen resultado porque la población acudió al llamado.

<p><b>Ficha N° 13</b></p>	<p>Fecha: 11 de marzo de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 11  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: fotos sobre una reunión  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Fotografías que muestran la participación del presidente del GAD con personas Bolivarenses residentes en la parroquia.</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22: 18</b></p>	

### **Análisis e interpretación**

La comunicación es la fuente para el desarrollo de los pueblos y por eso las autoridades parroquiales participaron de esta reunión de la Asociación de Bolivarenses residentes en Santa Rosa.

Usando la comunicación verbal se manifestaron las partes y en la reunión acordaron mantener lazos de hermandad y cuidar unos de otros en el ámbito de seguridad.

El presente trabajo de investigación demuestra que la comunicación si ayuda al fortalecimiento de las organizaciones porque en esta ocasión se utilizó la comunicación verbal para participar de la reunión y las autoridades tienen claro que si no se utiliza la comunicación no se puede fortalecer a la organización y que la comunicación implica todo para que se dé un proceso de cambio o propuestas de soluciones.

<p align="center"><b>Ficha N° 14</b></p>	<p>Fecha: 23 de marzo de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 20  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 2  Tipo de contenido: entrevista sobre trabajos en la parroquia por medio de un canal local  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Las fotografías señalan el momento de la entrevista en TV color canal local y se informa acerca de los trabajos que se vienen realizando en la parroquia.</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22:31</b></p>	

**Análisis e interpretación**

En esta imagen se reveló como la autoridad principal de la parroquia dio a conocer las actividades que se venían desarrollando en el sector de Santa Rosa a través de un medio de información, específicamente en un canal televisivo “TV color” que tiene gran alcance en el sector.

Además se aprovechó la oportunidad para invitar a la población a que visite la parroquia ya que es una de las parroquias más grandes del cantón Ambato y cuenta con 22.000 habitantes aproximadamente, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC 2012. Para fortalecer la organización es necesario aplicar la comunicación porque es la base del desarrollo de los pueblos y es la manera adecuada para expresarnos según la investigación la comunicación es parte fundamental en el gobierno parroquial de Santa Rosa por tal razón se ha buscado medios de información para poder informar a la población d las actividades que se están realizando.

Es una buena estrategia utilizar los medios audiovisuales porque de esa manera se logra captar la atención de los receptores ya que se observa y se escucha a la vez.

<p><b>Ficha N° 15</b></p>	<p>Fecha: 31 de marzo de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 9  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: noticia  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Información sobre los convenios para trabajar con el MIES y los centros infantiles del buen vivir existentes en la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: María Jose Vega</b>  <b>Fecha: 04 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 45</b></p>	

### **Análisis e interpretación**

En el mes de marzo se ha publicado 19 veces, en algunas fotografías se muestra trabajos en beneficio de la población se implementa la imagen corporativa. Se ha mantenido una cantidad minoritaria en lo que se refiere a “Me gusta” pero las publicaciones si han tenido alcance tal vez por otros medios que no se pueden justificar en esta investigación.

En esta publicación se expresa como se ha estado llevando los acuerdos firmados con el MIES una institución de carácter público en donde se han hecho alianzas y se han presentado planes para trabajar con la parroquia.

Según la investigación la comunicación es parte fundamental en el gobierno parroquial de Santa Rosa y es por eso se hace público un acuerdo firmado por una entidad pública comprometida con el trabajo con el GAD parroquial.

Es una buena estrategia utilizar los medios audiovisuales porque de esa manera se logra captar la atención de los receptores y se aprovechó de esta red social para difundir la información, técnica que considera efectiva.

<p align="center"><b>Ficha N° 16</b></p>	<p>Fecha: 01 de abril de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 13  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: noticia sobre campeonato de indor  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Invitación a disfrutar de un partido de futbol organizado por la liga parroquial</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 05 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 45</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Con el pleno conocimiento de que el deporte es salud el Sr. Cristian Silva encargado de asuntos sociales en la parroquia hace la invitación a disfrutar de la gran final de indor organizado por la liga parroquial.

Haciendo partícipes de esta actividad a la población en general se utilizó este medio de difusión social para hacer la invitación a la colectividad.

La investigación demuestra que la comunicación aporta al fortalecimiento de la parroquia y a la vez de la población en general y ayuda a expresar de manera colectiva lo que se quiere decir.

Uno de los medios de comunicación que atraen a la población son los medios audio visuales, pero en esta ocasión se utilizó únicamente el medio visual que también logro captar la atención de las personas para que se inscribieran en el campeonato de indor ya que el deporte es una actividad que une a la población.

<p><b>Ficha N° 17</b></p>	<p>Fecha: 07 de abril de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 13  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: fotografías  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>5 fotografías que muestran los campos que forman parte de la parroquia y la actividad que realiza el vocal encargado de productividad.</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 05 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 58</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Porque la colectividad tiene derecho a mantenerse informada de las actividades que realizan las autoridades el Ing. Benedicto Palomo encargado de Productividad hace público por medio de fotografías el trabajo seguimiento a los cultivos que impulsa el GADPR.

Como lo dice en el COTAD que los vocales de GADPR en el Artículo 67 en base a las.- Atribuciones de la junta parroquial rural.- A la junta parroquial rural le corresponde: específicamente en el literal (s) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de la parroquia en mingas o cualquier otra forma de participación social para la realización de obras de interés comunitario.

La investigación demuestra que la comunicación y el trabajo organizado si aporta al fortalecimiento de la parroquia y a la vez de la población en general.

Se ha cumplido con los objetivos de la investigación por que se maneja la imagen corporativa en las publicaciones se colocó el logo y banners representativos de la parroquia.

<p align="center"><b>Ficha N° 18</b></p>	<p>Fecha: 01 de abril de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 15  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: noticia sobre alarmas comunitarias  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Aviso importante de invitación a participar de la socialización para colocar alarmas comunitarias y así fortalecer las estrategias de seguridad</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 05 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22: 20</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Como lo dice en el COTAD puntualmente en el Artículo 64 sobre las Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural: Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias.. Por tal razón se organizó estos volantes para convocar a esta reunión de seguridad social en diferentes sectores de la parroquia.

La investigación demuestra que la comunicación y el trabajo organizado si aporta al fortalecimiento de la parroquia y a la vez de la población en general. De acuerdo a los objetivos plantados se da a notar que la comunicación escrita también es de gran utilidad para cumplir con las expectativas planeadas, en esta ocasión se quería concentrar a la población para realizar la socialización de as alarmas comunitarias y se utilizó productos comunicacionales denominado volantes en donde iba impresa la información acompañada por el banner institucional.

<p><b>Ficha N° 19</b></p>	<p>Fecha: 13 de abril de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 11  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: foto reportaje sobre el melloco  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Aquí se proporcionó información de las bondades del melloco también existen dos fotografías que muestran el cultivo y el producto final</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 05 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22:32</b></p>	

### **Análisis e interpretación**

Como el tema de investigación plantea en uno de sus objetivos en verificar las estrategias comunicativas se evidencio que en esta ocasión se presentó un foto-reportaje acerca de melloco, producto que cultiva en los campos de esta parroquia.

Mediante esta publicación se dio a conocer que El melloco es uno de los alimentos más tradicionales en nuestra alimentación. Este tubérculo cuenta, en diferentes proporciones, con agua, proteínas, almidón, carbohidratos, un poco de grasa, fibra cruda y azúcar. Además aporta 360 calorías por cada 100 gramos y 23 miligramos de vitamina C.

El gobierno parroquial aprovecho este medio para incentivar a la colectividad a que consuma este producto y así ayudar en la comercialización y cultivo del mismo a través de una publicación llamativa que difunde la imagen de la institución.

<p align="center"><b>Ficha N° 20</b></p>	<p>Fecha: 01 de abril de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 14  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 4  Tipo de contenido: campaña de recolección de ayudas  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Se solicita ayudas para los damnificados del terremoto  Existen cuatro comentarios que apoyan la iniciativa.</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 05 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22: 45</b></p>	

### Análisis e interpretación

Con el fin de difundir una campaña de solidaridad en beneficio de los damnificados del terremoto del 16 de abril en la costa ecuatoriana el GADPR Santa Rosa motiva la población a colaborar con diferentes cosas que se las publica mediante un producto comunicacional como es el afiche publicitario.

Se elaboró un producto comunicacional denominado afiche y causaron impacto en la población y esto fue lo que les motivó a organizarse y así poder hacer llegar estas ayudas a los que necesitaban en esos momentos. Para la elaboración se utilizó colores llamativos y también se manejó el logo y el banner de la parroquia.

Una vez más se demostró mediante el que la comunicación ayuda a fortalecer la organización a través del trabajo en conjunto.

<p><b>Ficha N° 21</b></p>	<p>Fecha: 02 de mayo de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 11  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: campaña de limpieza  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Minga de limpieza en las instalaciones del mercado central de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 07 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 45</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Porque la colectividad tiene derecho a mantenerse informada el Tlgo. Alver Gavilanes encargado de plazas y mercados hace público por medio de fotografías el trabajo del trabajo realizado junto con los comerciantes del mercado Nuestra Señora de la Elevación.

Actividades como limpieza general del mercado para conservar el ambiente de salubridad. Este trabajo es realizado mensualmente gracias a la motivación del mencionado vocal.

Como lo dice en el COTAD que los vocales de GADPR en el Artículo 67 en base a las.- Atribuciones de la junta parroquial rural.- A la junta parroquial rural le corresponde: específicamente en el literal (s) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de la parroquia en mingas o cualquier otra forma de participación social para la realización de obras de interés comunitario.

De tal manera que así se realizó esta labor a través de mingas con los comerciantes quienes conforman el mercado “Nuestra Señora de la Elevación”.

La investigación demuestra que la comunicación si aporta al fortalecimiento de la organización parroquial y a la ves de la población en general.

<p><b>Ficha N° 22</b></p>	<p>Fecha: 02 de mayo de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 25  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 2  Tipo de contenido: noticia álbum de fotos  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Álbum de 10 fotografías que indican como se desarrolló la actividad de envío de donaciones a los damnificados del terremoto</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 07 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 59</b></p>	

#### Análisis e interpretación

Con el fin de dar seguimiento a la campaña de solidaridad en beneficio de los damnificados del terremoto del 16 de abril en la costa ecuatoriana, el GADPR Santa Rosa motiva la población a colaborar con diferentes cosas que se las publica mediante un producto comunicacional como es el afiche publicitario.

La publicación no obtuvo gran cantidad de “Me gusta” pero las ayudas que lograron recolectar fueron grandes se tuvo gran acogida, el pedido y la colectividad se mostró solidaria ante este hecho.

Se podría decir que los afiches causaron impacto en la población y esto fue lo que les motivo a organizarse y así poder hacer llegar estas ayudas a los que necesitaban en esos momentos.

Una vez más se demostró que la comunicación ayuda a fortalecer la organización a través del trabajo en conjunto.

<p><b>Ficha N° 23</b></p>	<p>Fecha: 05 de mayo de 2016</p>
 <p>Me gusta Comentar Compartir</p> <p>Tú, Mayris Landazuri, Patricio Villacís y 36 personas más</p>	<p>Total de Me gusta : 39  Total de veces compartidas : 29  Total de comentarios: 3  Tipo de contenido: noticia entrega de donaciones en la costa  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Álbum de 20 fotografías que muestran cómo se desarrolló la entrega de donaciones a las personas afectadas por el terremoto del 16 de abril</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 07de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 14</b></p>	

### Análisis e interpretación

Con el fin de dar seguimiento a la campaña de solidaridad en beneficio de los damnificados del terremoto del 16 de abril en la costa ecuatoriana, el GADPR Santa Rosa realizo la entrega de las ayudas que se recolecto, específicamente en la Parroquia Canoa

En el producto comunicacional publicado en Facebook se recibieron mensajes de felicitación y motivación a continuar con este tipo de obras.

Los afiches causaron impacto en la población y esto fue lo que les motivo a organizarse y así poder hacer llegar estas ayudas a los que necesitaban en esos momentos.

La comunicación ayuda a fortalecer la organización a través del trabajo en conjunto por tal razón en cada institución es de gran importancia que se maneje la comunicación para así poder trabajar con la colectividad.

<p><b>Ficha N° 24</b></p>	<p>Fecha: 25 de mayo de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 3  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: noticia a base de fotografías  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Fotografías que muestran parte del proceso de vinculación de los estudiantes de la universidad</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 05 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 27</b></p>	

### Análisis e interpretación

Los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato de la carrera de Medicina presentaron un proyecto en donde se trabajó con los estudiantes de la Unidad Educativa Santa Rosa.

Con estas publicaciones dio a conocer la apertura que existe en esta parroquia para realizar proyectos con los estudiantes que ayuden o promuevan el desarrollo poblacional

Este trabajo de investigación acredita a la comunicación como parte esencial para que estas publicaciones sean de ayuda y brinden información de los proyectos que se van desarrollando para el bienestar de los habitantes de Santa Rosa.

<p align="center"><b>Ficha N° 25</b></p>	<p>Fecha: 30 de mayo de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 25          Total de veces compartidas : 3          Total de comentarios: 1          Tipo de contenido: invitación          Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Invitación al desfile cívico de parroquialización</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 05 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 38</b></p>	

### Análisis e interpretación

En el mes de junio se realizó una invitación para que la colectividad participe del desfile cívico de los 155 años de parroquialización esto se realizó por las principales calles de la parroquia desde las 9:00 am hora ambateña este 05 de junio.

Esta invitación fue realizada por una estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad técnica de Ambato y se incluyó los colores corporativas además también muestra el logo del GAD y de otras instituciones que le apoyan.

Además de difundir esta invitación por la red social denominada Facebook, fueron impresas varias de estas invitaciones para entregarlas personalmente.

Un departamento de comunicación es de gran ayuda porque difunde la información en el momento exacto y hace que la población se entere de lo que está aconteciendo en el lugar en donde habita.

<p align="center"><b>Ficha N° 26</b></p>	<p>Fecha: 01 de junio de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 28  Total de veces compartidas : 3  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: homenaje por el día de la madre  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Tres fotografías muestran parte del homenaje por celebrar el día de la madre en el mercado central de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 05 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 45</b></p>	

#### Análisis e interpretación

El GADPR Santa Rosa, la Reina parroquial y la directiva del mercado Nuestra Señora de la Elevación. Homenajearon a las madres que realizan su trabajo en el mercado, con la finalidad de extender este mensaje a todas las madres santarroseñas se hace pública esta actividad.

Es costumbre de las autoridades parroquiales realizar este agasajo año tras año a las madres comerciantes que laboran en el mercado central de la parroquia.

L comunicación muestra el trabajo realizado mientras que si no existieran la comunicación personas que no estuvieron presentes en ese momento no se hubiesen enterado de lo que se realizó ese día.

<p><b>Ficha N° 27</b></p>	<p>Fecha: 02 de junio de 2016</p>
 <p>The image is a Facebook invitation poster for the 155th anniversary of the parish of Santa Rosa. It features the text 'INVITACIÓN DESFILE CÍVICO' and '155 AÑOS DE PARROQUIALIZACIÓN'. It mentions the date 'Domingo 05 de Junio' and lists activities: 'Desfile Cívico' at 9:00 am, 'Participación de SENDAS' at 10:00 am, and 'Presentación de danzas' at 10:30 am. Logos for the 'GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL SANTA ROSA' and 'ROSA' are visible.</p>	<p>Total de Me gusta : 8  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: invitación  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Invitación a los 155 años de parroquialización</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 15</b></p>	

### Análisis e interpretación

Durante el medio mes de mayo se viene realizando una invitación para que la colectividad participe del desfile cívico de los 155 años de parroquialización esto se realizó por las principales calles de la parroquia desde las 9:00 am hora ambateña este 05 de junio.

Esta invitación fue realizada por una estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad técnica de Ambato y se incluyó los colores corporativas además también muestra el logo del GAD y de otras instituciones que le apoyan.

Además de difundir esta invitación por la red social denominada Facebook, fueron impresas varias de estas invitaciones para entregarlas personalmente.

Un departamento de comunicación es de gran ayuda porque difunde la información en el momento exacto y hace que la población se entere de lo que está aconteciendo en el lugar en donde habita.

<p><b>Ficha N° 28</b></p>	<p>Fecha: 05 de junio de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 29  Total de veces compartidas : 3  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: desfile de parroquialización  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Álbum de 154 fotografías que muestra cómo se desarrolló el desfile cívico de parroquialización</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 25</b></p>	

### Análisis e interpretación

Así fue como de dio inicio al desfile cívico de parroquialización en donde participaron como es de costumbre estudiantes de los colegios que existen dentro de la parroquia.

También con estos afiches publicitarios se hizo la invitación al desfile y a los eventos que se realizaran posteriormente.

Fue utilizado diferentes formas de comunicar este evento dentro y fuera de la parroquia una de ellas es la difusión por medio de la radio, la televisión, medios impresos y medios digitales.

Respondiendo a la investigación se concluye que la comunicación es de gran ayuda a para fortalecer la organización.

<p><b>Ficha N° 29</b></p>	<p>Fecha: 01 de junio de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 23  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 4  Tipo de contenido: apertura de carretera  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Fotografías que muestran los trabajos que se realizan en las comunidades. Existen cuatro comentarios positivos de felicitaciones</p>
<p><b>Investigadora: Maria Jose Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 39</b></p>	

### Análisis e interpretación

Porque la colectividad tiene derecho a mantenerse informada el Ing. Francisco Agualongo encargado de vías y construcciones hace público por medio de fotografías el trabajo de vías en los caminos que conducen a una de las comunidades indígena de la parroquia.

Como lo dice en el COTAD que los vocales de GADPR en el Artículo 67 en base a las.- Atribuciones de la junta parroquial rural.- A la junta parroquial rural le corresponde: específicamente en el literal (s) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de la parroquia en mingas o cualquier otra forma de participación social para la realización de obras de interés comunitario.

De tal manera que así se realizó esta labor a través de mingas con las personas del sector.

La investigación demuestra que la comunicación si aporta al fortalecimiento de la parroquia y a la vez de la población en general por qué se acumuló a la población para trabajar en bien común.

<p align="center"><b>Ficha N° 30</b></p>	<p>Fecha: 17 de junio de 2016</p>
 <p>Felicitaciones a la Unidad Educativa " Huayna Capac" por promover las capacidades de los estudiantes, en la feria de Ciencia y Tecnología.</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p> <p>Tú, Patricio Villacís, Jhon Cristian Silva Paredes y 19 personas más</p>	<p>Total de Me gusta : 21  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: feria de ciencia y tecnología  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Fotos que muestran la participación de las autoridades parroquiales en la feria de ciencia y tecnología en una institución del lugar</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 46</b></p>	

### Análisis e interpretación

La Unidad Educativa " Huayna Capac" mostro las capacidades de los estudiantes, en la feria de Ciencia y Tecnología.

Los integrantes del GADPR Santa Rosa honran con su presencia y dan realce en este evento de gran importancia y de interés social poiqué e se está buscando a través del Artículo 70.- en donde hace referencia a las “Atribuciones del presidente o presidenta de la junta parroquial rural en el literal : (e) Dirigir la elaboración del plan parroquial de desarrollo y el de ordenamiento territorial, en concordancia con el plan cantonal y provincial de desarrollo, en el marco de la plurinacionalidad, interculturalidad y respeto a la diversidad, con la participación ciudadana y de otros actores del sector público y la sociedad; para lo cual presidirá las sesiones del consejo parroquial de planificación y promoverá la constitución de las instancias de participación ciudadana establecidas en la Constitución y la ley.

De hecho con estas actividades se busca el desarrollo desde las aulas de clases y se impulsa a la niñez y juventud a estudiar para poder ser parte del desarrollo de la población.

<p align="center"><b>Ficha N° 31</b></p>	<p>Fecha: 14 de julio de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 19  Total de veces compartidas : 3  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: invitación al campeonato de indor  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Fotos que van acompañadas de un texto en donde se invita a la colectividad a participar del campeonato de indor futbol</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 03</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Apoyando al deporte se hizo la invitación a participar del Campeonato de Indor Futbol Santa Rosa 2016 las inscripciones se estaban receptando en las oficinas del GAD Parroquial de Santa Rosa.

Tal y como lo dicta el COTAD en el Artículo 64.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural en el literal (i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad.

Con el motivo las festividades patronales de la parroquia año tras año se realiza este tipo de eventos para promover el deporte y realizar las actividades que ayuden a compartir en familia.

Esta invitación se hizo a través de las redes sociales y por medio de altos parlantes en las diferentes comunidades de la parroquia, dando a conocer que la comunicación es una de las bases importantes de la difusión de la información de forma eficaz.

<p align="center"><b>Ficha N° 32</b></p>	<p>Fecha: 18 de julio de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 26  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: invitación  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Afiche de invitación a participar de la rumba terapia actividad realizada con el apoyo del ministerio del deporte</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 12</b></p>	

### Análisis e interpretación

Mediante este producto comunicacional se hizo la invitación a participar de la rumba terapia organizada por el Ministerio del deporte y el GADPR Santa Rosa.

Tal y como lo dicta el COTAD en el Artículo 64.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural en el literal (i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad.

Con el motivo las festividades patronales de la parroquia año tras año se realiza este tipo de eventos para promover el deporte y realizar las actividades que ayuden a compartir en familia.

Esta invitación se hizo a través de las redes sociales y por medio de altos parlantes en las diferentes comunidades de la parroquia.

De acuerdo con la investigación se asume que la comunicación si aporta para que las organizaciones se fortalezcan y se llegue al desarrollo esperado.

<b>Ficha N° 33</b>	Fecha: 18 de julio de 2016
	<p>Total de Me gusta : 17  Total de veces compartidas : 4  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: comunicado  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Comunicado dirigido a los interesados en participar en el campeonato de indor</p>
<b>Investigadora: Maria José Vega</b> <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b> <b>Hora: 21: 25</b>	

### Análisis e interpretación

Apoyando al deporte se hizo la invitación a participar del Campeonato de Indor Futbol Santa Rosa 2016 las inscripciones se estaban receptando en las oficinas del GAD Parroquial de Santa Rosa.

Tal y como lo dicta el COTAD en el Artículo 64.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural en el literal (i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad.

Con el motivo las festividades patronales de la parroquia año tras año se realiza este tipo de eventos para promover el deporte y realizar las actividades que ayuden a compartir en familia.

La comunicación es uno de los factores sociales más importantes que el ser humano necesita, cualquier tarea o intercambio que requiera de más de una persona no puede ser completada sin la comunicación. Y de acuerdo a la investigación la comunicación si aporta para que el fortalecimiento organizacional sea eficaz.

<p align="center"><b>Ficha N° 34</b></p>	<p>Fecha: 09 de agosto de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 28  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: video  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Video que muestra el desarrollo de la rumba terapia</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 33</b></p>	

### Análisis e interpretación

Mediante este producto comunicacional se mostró como se desarrolló la actividad e rumba terapia y también se hizo la invitación a seguir participando de la rumba terapia organizada por el Ministerio del deporte y el GADPR Santa Rosa.

Tal y como lo dicta el COTAD en el Artículo 64.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural en el literal (i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad.

Con el motivo las festividades patronales de la parroquia año tras año se realiza este tipo de eventos para promover el deporte y realizar las actividades que ayuden a compartir en familia.

De acuerdo con la investigación se asume que la comunicación si aporta para que las organizaciones se fortalezcan y se llegue al desarrollo esperado.

<p align="center"><b>Ficha N° 35</b></p>	<p>Fecha: 15 de agosto de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 29  Total de veces compartidas : 13  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: invitación  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Afiche que invita a participar como candidata a reina de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 46</b></p>	

### Análisis e interpretación

Por medio de este afiche se hizo la invitación para participar de las fiestas. El sábado 20 de Agosto de 2016 a la inscripción de candidatas a reina de la parroquia, lugar Convento parroquial.

Este afiche se lo realizo con la finalidad de llamar la atención de la población en general e invitar a que sean parte de este evento público y de interés común dentro de la parroquia.

Cono es costumbre en la parroquia se hace la inscripción de cada candidata en forma pública y desde aquel momento se inicia con la actividad en busca de la corona de la parroquia.

En este año se inscribieron cuatro candidatas quienes posteriormente representaron a la parroquia en diferentes actividades.

<p align="center"><b>Ficha N° 36</b></p>	<p>Fecha: 17 de agosto de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 21  Total de veces compartidas : 3  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: programa de fiestas patronales de la parroquia  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Afiches que indican las actividades programadas para la celebración de las festividades en honor a Santa Rosa</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21: 58</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Por motivo de las festividades parroquiales se elaboró un afiche publicitario en donde se exhibió todas las actividades que se iban a realizar.

Por tal razón durante ese tiempo la página del GAD recibió mayor cantidad de visitas y acumulo mayor cantidad de likes en sus publicaciones.

A la población le gusta este tipo de actividades en donde se une la ciudadanía para compartí momentos amenos y de esparcimiento social.

Durante el tiempo que duran las festividades se trabajó bastante en lo que se refiere comunicación porque se debía transmitir a los receptores las actividades que se desarrollaban con las hermosas aspirantes a la corona santarroseña.

<p><b>Ficha N° 37</b></p>	<p>Fecha: 20 de agosto de 2016</p>
 <p>Gad Parroquial Santa Rosa agregó 35 fotos nuevas al álbum FIESTAS DE SANTA ROSA 2016 — en Parroquia Santa Rosa. 20 de agosto de 2016 · 🌐</p> <p>Sábado 20 de Agosto de 2016 INSCRIPCIÓN DE CANDIDATAS A REINA PARROQUIAL</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p>	<p>Total de Me gusta : 36  Total de veces compartidas : 7  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: programa, inscripción de candidatas a reina  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>35 fotos que muestran cómo se desarrolló la inscripción de candidatas a reina de Santa Rosa</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22: 08</b></p>	

### Análisis e interpretación

En este álbum de fotografías se mostró como se vivió el evento de inscripción de candidatas, como cada una llegó con el apoyo de gran parte de la colectividad quienes solicitaban la inscripción de cada una de ellas.

La comunicación efectiva de trabajo es importante en las organizaciones con una fuerza de trabajo diversa. Las buenas habilidades de comunicación ayudan a reducir las barreras que surgen a causa de las diferencias lingüísticas y culturales.

En Santa Rosa existen personas indígenas quienes practican su idioma natal que es el quechua y dentro de las publicaciones no se encuentra ninguna publicación destinada para ese grupo de personas.

Y en el COTAD está impreso en el Capítulo segundo: Derechos del buen vivir, Sección Tercera: Comunicación e Información, Art. 16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: “Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos

<p align="center"><b>Ficha N° 38</b></p>	<p>Fecha: 21 de agosto de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 24  Total de veces compartidas : 7  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: reunión interna  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Reunión interna con las candidatas a reinas para dialogar de cómo se desarrollara esta actividad</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22: 21</b></p>	

**Análisis e interpretación**

En este álbum de fotografías se mostró el desarrollo de las actividades de presentación a las candidatas, el carisma de cada una de ellas ante los comerciantes del mercado “Nuestra Señora de la Elevación”

En Santa Rosa existen personas indígenas quienes practican su idioma natal que es el quechua y dentro de las publicaciones no se encuentra ninguna publicación destinada para ese grupo de personas.

En el COTAD está impreso en el Capítulo segundo: Derechos del buen vivir, Sección Tercera: Comunicación e Información, Art. 16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: “Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

También una representante de las comunidades indígenas se encontraba participando en estos eventos pero ningún afiche estaba realizado para ese determinado grupo de personas.

<p align="center"><b>Ficha N° 39</b></p>	<p>Fecha: 21 de agosto de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 42  Total de veces compartidas : 19  Total de comentarios: 2  Tipo de contenido: recorrido de las candidatas  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>30 fotos que muestran cómo se desarrolló la visita de las candidatas a reina parroquial por las instalaciones del mercado central</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22: 33</b></p>	

### Análisis e interpretación

En este álbum de fotografías se mostró el desarrollo de las actividades de presentación a las candidatas, el carisma de cada una de ellas ante los comerciantes del mercado “Nuestra Señora de la Elevación”

Es importante en estas actividades de interés masivo manejar una buena comunicación que sea rápida y efectiva porque es el momento en donde la mayoría de personas se encontraron pendientes de que es lo que publica en la página oficial del GAD

Ronald Hubbard escribió: "Un hombre está tan vivo como pueda comunicar” por tal razón se debe practicar la comunicación oportuna y confiable, es de gran ayuda las redes sociales porque ayudan a difundir la información de forma instantánea, mientras que si se tuviese que difundir únicamente por los medios tradicionales sería más demoroso y tardaría más en publicarse lo que está ocurriendo en ese instante.

<p align="center"><b>Ficha N° 40</b></p>	<p>Fecha: 21 de agosto de 2016</p>
 <p>Gad Parroquial Santa Rosa agregó 12 fotos nuevas al álbum CANDIDATAS A REINA DE SANTA ROSA. 21 de agosto de 2016</p> <p>Asistieron a la celebración Eucarística de las 11:00am en la Basílica de Nuestra Señora de la Elevación</p> <p>IX&amp;MCNvsvlpúe9P&amp;kj4UCQVvWRtEsr&amp;RFRt&amp;gA0sEi&amp;h0Hll--_GNTgH8G1N7FYD&amp;uBEA--jWmú&amp;FzUNV&amp;6</p>	<p>Total de Me gusta : 37  Total de veces compartidas : 17  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: recorrido de las candidatas  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Fotografías que muestran cómo se desarrolló esta actividad , además las fotografías están con el banner que dan identificación del GAD</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 11 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22: 41</b></p>	

**Análisis e interpretación**

En este álbum de fotografías se mostró el desarrollo de las actividades de presentación a las candidatas, en la Basílica de Nuestra Señora de la Elevación y participaron de la celebración eucarística autoridades parroquiales y candidatas a reina de la parroquia.

La comunicación que se presentó fue de forma rápida para que la población concurra y sea parte de esta actividad de interés social.

Durante todo el mes de agosto el tema que se encontró en boca son las festividades todos hablan de dicho tema y así también ayudan a difundir la información es decir se utiliza la comunicación verbal.

Es importante en estas actividades de interés masivo manejar una buena comunicación que sea rápida y efectiva porque es el momento en donde la mayoría de personas se encontraron pendientes de que es lo que publica en la página oficial del GAD

<p align="center"><b>Ficha N° 41</b></p>	<p>Fecha: 04 de septiembre de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 43  Total de veces compartidas : 5  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: desfile de parroquialización  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Aproximadamente 125 fotografías que muestran la participación en el desfile de parroquialización además la publicación acumula gran cantidad de me gusta</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 22: 09</b></p>	

**Análisis e interpretación**

En este álbum de fotografías se mostró el desarrollo el desfile de la confraternidad santarroseña que se lo viene realizando desde años atrás, en este año se celebraron los 336 años de parroquialización

En este álbum con mas 125 fotos se muestra el desarrollo de este evento que es de interés público acumula un total de 43 me gusta que comparada con otras publicaciones es una cantidad alta.

La población muestra mayor acogida a los eventos públicos y sociales y el GAD emite este tipo de publicaciones para tener informada a la colectividad de las acciones que se desarrollan dentro y fuera de la institución.

<p align="center"><b>Ficha N° 42</b></p>	<p>Fecha: 07 de septiembre de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 09  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: noticia en la prensa local  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Publicaciones que hace un medio escrito de la ciudad acerca de las festividades de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 21</b></p>	

**Análisis e interpretación**

Se hizo público a través de los medios de información el desarrollo de las festividades, por ejemplo el Diario El Heraldo periódico local presentó una página completa de noticias en donde se habló de las festividades santarroseñas.

Al emitir esta noticia a través de un medio impreso local se indicó que tuvo mayor alcance y que muchas personas aparte de quienes siguen la página del GAD estuvieron al tanto de lo que estaba aconteciendo en la parroquia Santa Rosa.

Por lo tanto se asume que la comunicación es un medio indispensable para llegar a las masas y poder expresar lo que se quiere decir.

<p><b>Ficha N° 43</b></p>	<p>Fecha: 19 de septiembre de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 17  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: segundo encuentro sobre derechos sexuales y reproductivos  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Las autoridades del GAD participaron del segundo encuentro sobre los derechos sexuales y reproductivos</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 32</b></p>	

### Análisis e interpretación

En la imagen se mostró la participación de las autorices parroquiales en el segundo congreso acerca de los derechos sexuales y reproductivos que se desarrolló en la provincia de Santa Elena.

De los 1.835 amigos que cuenta la página oficial en Facebook 17 personas colocan me gusta y 1 persona comparte la publicación. Al compartir las imágenes se da apertura a mayor alcance a la publicación.

Además en las fotografías se ha dejado de utilizar el logo y el banner institucional, instrumento que ayuda a la imagen corporativa, e impedir la identificación de las fotos como parte de la institución.

<p align="center"><b>Ficha N° 44</b></p>	<p>Fecha: 23 de septiembre de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 9  Total de veces compartidas : 2  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: noticia  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Imágenes que muestran la construcción de acometidas para alcantarillado en las comunidades de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 39</b></p>	

### Análisis e interpretación

Porque la colectividad tiene derecho a mantenerse informada el Ing. Francisco Agualongo encargado de vías y construcciones hace público por medio de fotografías el trabajo de la construcción de las acometidas de alcantarillado en la Comunidad de Apatug, el aporte y trabajo de la comunidad y GAD parroquia son importantes para esta obra.

Como lo dice en el COTAD que los vocales de GADPR en el Artículo 67 en base a las.- Atribuciones de la junta parroquia rural.- A la junta parroquia rural le corresponde: específicamente en el literal (s) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de la parroquia en mingas o cualquier otra forma de participación social para la realización de obras de interés comunitario.

De tal manera que así se realizó esta labor a través de mingas con las personas del sector.

La investigación demuestra que la comunicación si aporta al fortalecimiento de la parroquia y a la vez de la población en general por qué se acumuló a la población para trabajar en bien común.

<p align="center"><b>Ficha N° 45</b></p>	<p>Fecha: 30 de septiembre de 2016</p>
 <p>Me gusta Comentar Compartir</p> <p>Patricio Villaciá, Jhon Cristian Silva Paredes y 51 personas más</p> <p>Ver un comentario más</p> <p>Rocio Barrionuevo Las aulas que fueron del Jardín las Margaritas Me gusta Responder · 30 de septiembre de 2016 a las 12:35</p> <p>Wilfrido Aldás Sería bueno para q patrullen por los barrios y controlen las cantinas los Sabados y Domingos</p>	<p>Total de Me gusta : 52  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 5  Tipo de contenido: noticia reunión con la gobernadora de Tungurahua  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Reunión con la gobernadora de Tungurahua para tratar asuntos de seguridad en la parroquia, publicación que acumula gran cantidad de likes</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 47</b></p>	

### Análisis e interpretación

En esta semana el GAD Parroquial de Santa Rosa mantuvo una reunión con la Abg. Lira de la Paz Villalva Gobernadora de Tungurahua, con la finalidad de tratar asuntos importantes relacionados con la Seguridad Ciudadana, de esta manera la Gobernación se comprometió a realizar la entrega de un patrullero y aumentar los efectivos policiales que beneficiara mucho a nuestra querida parroquia, ya que se cuenta con alrededor de 25.000 habitantes y una extensión de 40 Km<sup>2</sup>. Seguros de que este pedido sea atendido de manera urgente extendemos un sincero agradecimiento a la señora Gobernadora que se encuentra comprometida con su trabajo con el firme propósito de encaminar el desarrollo provincial.

El COTAD se ampara en el Artículo 64.- Funciones de la junta parroquial en el literal (m) Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias.

<p align="center"><b>Ficha N° 46</b></p>	<p>Fecha: 03 de octubre de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 62  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: noticia de la fiscalización de hospital tipo B  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>La gobernadora de Tungurahua fiscalizo los avances de la obra de construcción del hospital tipo B que se construye en la zona</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20: 59</b></p>	

### Análisis e interpretación

En esta semana el GAD Parroquial de Santa Rosa mantuvo una reunión con la Abg. Lira de la Paz Villalva Gobernadora de Tungurahua,

En el COTAD se dice específicamente en el Artículo 65.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural en el literal (b) Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.

Por tal razón se realizó la fiscalización de la construcción del Centro de Salud Tipo "B" con la Abg. Lira Villalva Gobernadora de Tungurahua ella al ser una autoridad provincial atrae mayor atención por parte de la población santarroseña.

Además se estima que esta obra se concluya lo más pronto posible para que la gente santarroseña tenga una atención adecuada sin necesidad de trasladarse fuera de nuestra parroquia.

<p align="center"><b>Ficha N° 47</b></p>	<p>Fecha: 09 de octubre de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 15  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: noticia  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Fotografías que muestran el desarrollo de la reunión en el departamento de vinculación de la Universidad Técnica de Ambato</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:08</b></p>	

### Análisis e interpretación

GAD Parroquial mantuvo reuniones de planificación con los Departamentos de Vinculación de las Universidades Técnica de Ambato, Indoamérica y Uniandes para la ejecución de proyectos de interés e importancia en nuestra parroquia.

Con la finalidad de buscar el desarrollo de la parroquia se han realizado lazos de trabajo en beneficio de la colectividad santarroseña.

Se hace uso de las redes sociales para difundir el trabajo que se vino realizando pero existe un punto muy importante que se dejó de hacer desde el mes de junio se trata de la imagen corporativa, ya no se pone el banner ni el logo representativo y eso ha hecho que la cantidad de me gusta disminuyan

En base a la investigación realizada se comprobó que la colocación de la identificación si influye en las publicaciones emitidas.

<p align="center"><b>Ficha N° 48</b></p>	<p>Fecha: 15 de octubre de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 111  Total de veces compartidas : 4  Total de comentarios: 4  Tipo de contenido: programa  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Aproximadamente 15 fotografías muestran cómo se celebró el día del adulto mayor en la parroquia Santa Rosa  Publicación que acumula mayor cantidad de likes</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:20</b></p>	

### Análisis e interpretación

En el mes de octubre se hizo esta publicación por celebrarse el día del adulto mayor y el GAD Parroquial Santa Rosa Celebró este día con actividades amenas. El Ing. Patricio Villacis menciona que "Todos tenemos en nuestras vidas a un Adulto Mayor; nuestros padres, nuestros abuelos, tíos, familiares o amigos a los cuales debemos abrir nuestros corazones y extender nuestras manos con amor, alegría y generosidad" de esa manera felicitó a nuestros queridos Adultos Mayores de la parroquia.

La publicación acumula una cantidad de likes que ninguna en el mes ha recibido 111 me gusta y se compartió cuatro veces y así se pudo llegar a más personas.

Bajo los estándares de la comunicación esta publicación realiza correctamente los fines propuestos de difundir las actividades que se desarrollan en el GAD y poder hacer conocer a la población por medio de productos comunicativos.

<p><b>Ficha N° 49</b></p>	<p>Fecha: 15 de octubre de 2016</p>
 <p>Me gusta Comentar Compartir</p> <p>Patricio Villacis, Luis Starr y 32 personas más</p>	<p>Total de Me gusta : 34  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: celebración del día del adulto mayor  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Programa organizado por las autoridades del GAD y las reinas representantes de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:31</b></p>	

### Análisis e interpretación

En el mes de octubre se hizo esta publicación por celebrarse el día del adulto mayor y el GAD Parroquial Santa Rosa Celebró este día con actividades amenas.

El Ing. Patricio Villacis presidente de la institución menciona que "Todos tenemos en nuestras vidas a un Adulto Mayor; nuestros padres, nuestros abuelos, tíos, familiares o amigos a los cuales debemos abrir nuestros corazones y extender nuestras manos con amor, alegría y generosidad" de esa manera felicitó a nuestros queridos Adultos Mayores de la parroquia.

Además se trabajó junto a las reinas parroquiales quienes también compartieron el punto de vista del presidente del GAD y unieron esfuerzos para agasajarles de la mejor manera.

Bajo los estándares de la comunicación esta publicación realiza correctamente los fines propuestos de difundir las actividades que se desarrollan en el GAD y poder hacer conocer a la población por medio de productos comunicativos.

<p align="center"><b>Ficha N° 50</b></p>	<p>Fecha: 15 de octubre de 2016</p>
 <p>Gad Parroquial Santa Rosa agregó una foto nueva — con Belén Guerrero. 15 de octubre de 2016</p>	<p>Total de Me gusta : 17  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 2  Tipo de contenido: reina parroquial junto a los adultos mayores  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>En la imagen se mira la presencia de la reina parroquial compartiendo con los adultos mayores en su día</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 12 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:39</b></p>	

### Análisis e interpretación

En octubre se hizo esta publicación por celebrarse el día del adulto mayor y el GAD Parroquial Santa Rosa Celebró este día con actividades amenas. Además participaron de este evento las reinas parroquiales. Es una actividad pública de interés social en donde se compartieron momentos de cultura, recreación y diversión.

Esta publicación realiza correctamente los fines propuestos en el trabajo de investigación de difundir las actividades que se desarrollan en el GAD y poder hacer conocer a la población por medio de productos comunicativos.

En el mes de noviembre no se realiza ninguna publicación en la página de Facebook y se desconoce de otra actividad realizada en este mes.

<p align="center"><b>Ficha N° 51</b></p>	<p>Fecha: 12 de diciembre de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 14  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: invitación jornada medica de odontología  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Mediante este afiche invitan a la colectividad a una jornada medica de servicios odontológicos en las instalaciones del GAD</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20:08</b></p>	

**Análisis e interpretación**

El Sr. Cristian Silva encargado de salud deportes y educación en esta ve hizo la invitación a la colectividad santarroseña a participar de la jornada médica en el área de odontología en donde gratuitamente se ofrecerá servicios odontológicos en las Instalaciones del GAD Parroquial de Santa Rosa el día Martes 13 de diciembre del presente año a las 08:30am a 12:30 pm.

Esta publicación fue difundida únicamente con un día de anticipación, cuando se necesita de más tiempo para poder socializar y tener mayor acogida.

El día martes 13 de diciembre del presente año a las 08:30am se dio inicio a prestar estos servicios hasta las 12:30 pm. Y el resultado fue satisfactorio porque fue de gran ayuda para las personas que asistieron porque en su mayoría son personas de escasos recurso económicos.

<p align="center"><b>Ficha N° 52</b></p>	<p align="center">Fecha: 19 de diciembre de 2016</p>
 <p><b>Gad Parroquial Santa Rosa</b> agregó 8 fotos nuevas. 19 de diciembre de 2016</p> <p>La parroquia de Santa Rosa ubicada a 20 minutos del centro de la ciudad de Ambato. Cuenta con un mercado central que se encuentra en una amplia explanada al aire libre en donde usted puede encontrar variedad de productos frescos como legumbres, tubérculos, frutas al ser la mayoría de los comerciantes productores del sector ; también carnes, huevos lácteos, abarrotes, artesanías como zapatos, ropa y la deliciosa Fritada de Santa Rosa que se caracteriza por ser un delicioso plato típico!!!! Todos cordialmente invitados a visitar el mercado de Santa Rosa y comprobar la amabilidad de las personas y los costos de los productos!!!!</p>	<p>Total de Me gusta : 86  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 2  Tipo de contenido: promoción del mercado central  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>fotografías que promocionan la actividad económica que realizan los comerciantes los días domingo e invitan a visitar el mercado de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20:19</b></p>	

**Análisis e interpretación**

El encargado de plazas y mercados Tlgo. Alver Gavilanes mediante esta publicación hace la invitación a que la población en general visite el mercado y adquiera los productos que se comercializa en esta feria que se la realiza todos los domingos del año.

Con la finalidad de adquirir más compradores y mejorar el turismo mediante estas fotos se incentiva la colectividad a visitar el mercado de Santa Rosa y a deleitar de los platos típicos que se preparan estos días de feria.

Si el comercio se mueve también beneficia la economía de la parroquia porque la mayoría de productos son cultivados en los campos santarroseños.

Es una manera eficaz de motivar a las personas con imágenes porque son llamativas y por tal razón acumulan 86 me gusta y posiblemente en ese fin de semana muchas personas visitaron el mercado y adquirieron estos productos.

<p align="center"><b>Ficha N° 53</b></p>	<p>Fecha: 21 de diciembre de 2016</p>
	<p>Total de Me gusta : 52  Total de veces compartidas : 3  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: agasajo de navidad a los niños y niñas  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Fotos que muestran cómo se desarrolló esta actividad en época de navidad.</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20:31</b></p>	

### Análisis e interpretación

En diciembre por recordar una fecha mundial denominada navidad, en donde se recuerda el nacimiento del niño Jesús, y es un tiempo para reflexionar y revisar cómo se está desarrollando el camino de la vida, tiempo de olvidar rencores y vivir en paz, además los chocolates, caramelos y dulces en general se comparten de unos a otros y se alimenta la amistad y la solidaridad

El GAD Parroquial Santa Rosa en convenio con el Municipio de Ambato y las Reinas de la Parroquia hicieron el agasajo navideño a niñas y niños del sector compartiendo momentos de alegría y obsequiando fundas de caramelos con la finalidad de endulzar de alguna manera sus vidas.

Es común realizar este tipo de actividades en varios sitios pero en la parroquia se acostumbra a realizar el agasajo para los niños y niñas personas de la tercera edad y personas vulnerables.

<p align="center"><b>Ficha N° 54</b></p>	<p>Fecha: 21 de diciembre de 2016</p>
 <p>Gad Parroquial Santa Rosa 21 de diciembre de 2016 · 📍</p> <p>Gad Parroquial Santa Rosa realizó el Programa de Navidad para los Adultos Mayores; las Reinas de Santa Rosa, Universidad Iberoamericana y Técnicas del HGPT, part...</p> <p>Ver más</p> <p>Me gusta · Comentar · Compartir</p> <p>Gad Parroquial Santa Rosa, Patricio Villacis y 20 personas más</p>	<p>Total de Me gusta : 22  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: programa de navidad adultos mayores  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Aproximadamente 14 fotos muestran el desarrollo de esta actividad con los adultos mayores de la parroquia</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20:45</b></p>	

### Análisis e interpretación

Para los cristianos católicos es tradicional realizar el pase del niño Jesús por las principales calles de la parroquia, se utiliza disfraces tales como pastores, ángeles, virgen Maria, San Jose, reyes magos y al finalizar el recorrido se participa de la celebración eucarística en la basílica de la parroquia.

Es común realizar este tipo de actividades en varios sitios pero en la parroquia se acostumbra a realizar el agasajo para los niños y niñas personas de la tercera edad y personas vulnerables.

En esta ocasión se difundieron aproximadamente 14 fotos en donde se muestra como se desarrolló esta actividad con los adultos mayores de la parroquia.

<p align="center"><b>Ficha N° 55</b></p>	<p>Fecha: 27 de diciembre de 2016</p>
 <p>Tannia Olivo agragó 30 fotos nuevas. 22 de diciembre de 2016 · 🌐</p> <p>Programa de navidad de los adultos mayores de Misquilli de Santa Rosa con Belén Guerrero, Patricio Villacis , Alver Gavilanes</p> <p>Me gusta · Comentar · Compartir</p> <p>👤 Gad Parroquial Santa Rosa, Patricio Villacis y 9 personas más</p> <p>👤 Jackson Sabor Latino La mejor agrupacion mixta de Loja/Ecuador</p>	<p>Total de Me gusta : 11  Total de veces compartidas : 0  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: programa de navidad  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Aproximadamente 30 fotos muestran el desarrollo de esta actividad con los adultos mayores de la parroquia en compañía de las autoridades parroquiales</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 20:56</b></p>	

### Análisis e interpretación

En la comunidad de Mosquilla una comunidad de la parroquia también se realizó el agasajo navideño en donde participo la reina parroquial para hacer llegar ese mensaje de paz y solidaridad.

En diciembre por recordar una fecha mundial denominada navidad, en donde se recuerda el nacimiento del niño Jesús, y es un tiempo para reflexionar y revisar cómo se está desarrollando el camino de la vida, tiempo de olvidar rencores y vivir en paz, además los chocolates, caramelos y dulces en general se comparten de unos a otros y se alimenta la amistad y la solidaridad

Es común realizar este tipo de actividades en varios sitios pero en la parroquia se acostumbra a realizar el agasajo para los niños y niñas personas de la tercera edad y personas vulnerables.

<p align="center"><b>Ficha N° 56</b></p>	<p>Fecha: 4 de enero de 2017</p>
	<p>Total de Me gusta : 96  Total de veces compartidas : 5  Total de comentarios: 4  Tipo de contenido: programa de navidad  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Aproximadamente 30 fotos muestran el desarrollo de esta actividad con los adultos mayores de la parroquia en compañía de las autoridades parroquiales</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:06</b></p>	

### Análisis e interpretación

Belén Guerrero reina de la parroquia hace extensivos los agradecimientos por el apoyo brindado por diferentes personas, instituciones y empresas para realizar los agasajos navideños en diferentes sectores de la parroquia.

Se publican varias fotografías en donde se muestra el trabajo realizado gran parte de la población santarroseña fueron beneficiados con esta actividad.

La publicación acumula 96 me gusta y cinco comentarios de felicitaciones que motivan a seguir cumpliendo con actividades dentro de la parroquia.

<p align="center"><b>Ficha N° 57</b></p>	<p>Fecha: 15 de enero de 2017</p>
	<p>Total de Me gusta : 16  Total de veces compartidas : 1  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: servicios médicos de odontología  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Invitación a participar de las jornadas medicas de odontología</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:16</b></p>	

### Análisis e interpretación

El Sr. Cristian Silva encargado de salud deportes y educación en esta ve hizo la invitación a la colectividad santarroseña a participar de la jornada médica en el área de odontología en donde gratuitamente se ofrecerá servicios odontológicos en las Instalaciones del GAD Parroquial de Santa Rosa el día Martes 10 de enero del presente año a las 08:30am a 11:30 pm.

Esta publicación fue difundida únicamente con un día de anticipación, cuando se necesita de más tiempo para poder socializar y tener mayor acogida.

El día martes 10 de enero del presente año a las 08:30am se dio inicio a prestar estos servicios hasta las 11:30 pm. Y el resultado fue satisfactorio porque fue de gran ayuda para las personas que asistieron porque en su mayoría son personas de escasos recurso económicos.

<p align="center"><b>Ficha N° 58</b></p>	<p>Fecha: 17 de enero de 2017</p>
	<p>Total de Me gusta : 133  Total de veces compartidas : 29  Total de comentarios: 6  Tipo de contenido: historia  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Por si no lo sabias. Cuenta la historia de la fundación de la parroquia. En un pequeño fragmento y acompañado de una imagen que llamo la atención de la población</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:28</b></p>	

### Análisis e interpretación

En el mes de enero se empezó a compartir productos comunicacionales tales como foto-reportajes, noticias, tipos de historias que son bien recibidos por la población logra acumular 133 me gusta y rompe el record en todas las publicaciones analizadas se comparte 29 veces.

Eso posibilita que la publicación tenga mayor alcance y así muchas personas conozcan la historia de la Basílica de la Virgen de la Elevación.

Las publicaciones que hablan de historia llaman la atención de la población y únicamente en este mes se las publica.

<p><b>Ficha N° 59</b></p>	<p>Fecha: 17 de enero de 2017</p>
	<p>Total de Me gusta : 40  Total de veces compartidas : 3  Total de comentarios: 0  Tipo de contenido: fotografía de las autoridades parroquiales  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Una fotografía que muestra a los integrantes del GAD, en el texto dice “trabajando en beneficio de nuestra querida parroquia”</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:37</b></p>	

### Análisis e interpretación

Una fotografía que muestra a los cinco vocales del GAD y a la secretaria en una reunión ordinaria y la fotografía llevan la leyenda de “trabajando en beneficio de nuestra querida parroquia Santa Rosa”.

Es una forma de comunicación masiva para dar a conocer a las autoridades que representan a la parroquia.

Durante estas reuniones mensuales que se realizan se pone en manifiesto la comunicación verbal porque esa es la oportunidad que tiene cada uno de ellos para dar a conocer como están desempeñando las funciones encomendadas.

<p align="center"><b>Ficha N° 60</b></p>	<p>Fecha: 24 de enero de 2017</p>
	<p>Total de Me gusta : 74  Total de veces compartidas : 14  Total de comentarios: 1  Tipo de contenido: historia  Tipo de comunicación: externa</p> <p>Descripción:</p> <p>Por si no lo sabias. Cuenta la historia de este sacerdote. En un pequeño fragmento y acompañado de una imagen que llamo la atención de la población, llegando a acumular 74 me gusta</p>
<p><b>Investigadora: Maria José Vega</b>  <b>Fecha: 13 de agosto de 2017</b>  <b>Hora: 21:46</b></p>	

### Análisis e interpretación

En el mes de enero se empezó a compartir productos comunicacionales tales como foto-reportajes, noticias, tips de historias que son bien recibidos por la población logra acumular 74 me gusta y rompe el record en todas las publicaciones analizadas se comparte 14 veces y eso posibilita que la publicación tenga mayor alcance y así muchas personas conozcan la historia de sacerdote José Vásconez y Andrade quien se ocupó de investigar la historia de Nuestra Señora de la Elevación, de reivindicar su imagen como patrona y madre amorosa de la región y de salvar del deterioro al lienzo que contiene su imagen.

En el año 1948 se recordó los 250 años del terremoto de Ambato de 1698. El párroco Jose Vásconez y Andrade organizó horas santas, conmemoraciones, misas para conmemorar la fatídica fecha ligada a su vez a la historia de la patrona de la parroquia. Tan venerada se volvió la imagen de Nuestra Señora de la Elevación, que Ambato la nombró madrina de la Diócesis

Las publicaciones que hablan de historia llaman la atención de la población lamentablemente únicamente en este mes se las publica.

**Tabla N° 4 GUÍA DE ENTREVISTAS**

<p>Ing. Patricio Villacis PRESIDENTE GADPR SANTA ROSA</p>		
PREGUNTA	RESPUESTA	
1.- ¿Cómo es la comunicación interna en el GAD?	“La comunicación interna tenemos especialmente con los compañeros vocales y con las chicas del departamento administrativo...es interactiva estamos en continuas charlas... además tenemos los medios tecnológicos “	
2.- ¿Qué medio usted utiliza como forma de comunicación dentro del GAD?	“yo creo que hay una buena relación, excelente interacción con mis compañeros del gobierno parroquial... tenemos una relación directa familiar íntima con todos los componentes del Gobierno parroquial”	
3.- ¿Usted como autoridad del GADPR Santa Rosa informa a sus compañeros sobre las actividades a realizarse?	“si, nosotros tenemos que realizar unas reuniones del gobierno parroquial ... mínimo unas dos veces al mes y tenemos esa forma de interactuar cada uno de los compañeros vocales como también la presidencia ”	
4.- ¿Qué forma de comunicación considera más efectiva? Audiovisual, alternativa, escrita, interactiva, verbal, signos y símbolos	“tenemos todas las comunicaciones especialmente la verbal...pero por obvias razones y por asuntos legales tenemos también que hacer por escrito, ya que estamos supervisados por la contraloría general del estado y nosotros manejamos recursos del estado...”	

5.- ¿Considera usted que los medios utilizados para emitir la información son efectivos?	“considero que si son efectivos, me siento muy complacido y muy orgulloso de tener este gobierno parroquial, pues todos nos llevamos muy bien...”
6.- ¿Considera usted importante a la comunicación interna como parte del fortalecimiento organizacional?	“considero que es muy importante la comunicación interna por que las cosas deben hablarse de frente mirándose a los ojos en una mesa en una reunión para poder compartir todos los lineamientos...”
7.- ¿Es importante para usted el fortalecimiento organizacional a través de la comunicación interna?	“es muy importante es elemental y básico tener esa información esa interlocución esa información de ida y vuelta que debemos tener tanto con los compañeros vocales como también con el área administrativa y el área de servicios generales...”
8.- ¿Qué estrategias utiliza usted para fortalecer la organización a través de la comunicación?	“lo importante es tener la interacción entre compañeros especialmente entre vocales y con el cuerpo administrativo”
9.- Según su criterio ¿considera usted que lo personal afecta a lo laboral	“claro que si afecta muchísimo porque debemos venir acá con la mente tranquila, con la mente lúcida para poder trabajar en beneficio de la parroquia... todos tenemos nuestras respectivos problemas dentro de su corazón, de su mente pero debemos compartir y repartir...”

**Fuente:** María José Vega Chicaiza

**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

Tlgo. Alver Gavilanes  
 VOCAL  
 GADPR SANTA ROSA  
 Encargado de plazas y mercados



PREGUNTA	RESPUESTA
1.- ¿Cómo es la comunicación interna en el GAD?	“la comunicación interna ha sido muy fluida, como la interlocución ha sido directa y eso es muy importante con todos los compañeros que ejercemos la labor aquí en el gobierno parroquial Santa Rosa”
2.- ¿Qué medio usted utiliza como forma de comunicación dentro del GAD?	“la comunicación directa el hablar”
3.- ¿Usted como autoridad del GADPR Santa Rosa informa a sus compañeros sobre las actividades a realizarse?	“si tenemos las reuniones del GAD Santa Rosa en la cual informamos lo que se está realizando y lo que se va a realizar con respecto a la comisión que nos delegan y es la información que realizamos para la planificación del trabajo”
4.- ¿Qué forma de comunicación considera más efectiva? Audiovisual, alternativa, escrita, interactiva, verbal, signos y símbolos	“la comunicación verbal porque podemos comunicarnos directamente saber lo que pensamos a través del hablar”
5.- ¿Considera usted que los medios utilizados para emitir la información son efectivos?	“si son efectivos”

6.- ¿Considera usted importante a la comunicación interna como parte del fortalecimiento organizacional?	“es muy importante en una institución como el gobierno parroquial porque damos a conocer nuestros puntos de vista nuestros criterios, también lo que podemos planificar o proyectar en beneficio de la parroquia”
7.- ¿Es importante para usted el fortalecimiento organizacional a través de la comunicación interna?	“si es muy importante se fortalece la organización a través de la comunicación”
8.- ¿Qué estrategias utiliza usted para fortalecer la organización a través de la comunicación?	“la comunicación, la sinceridad, el hablar fluidamente
9.- Según su criterio ¿considera usted que lo personal afecta a lo laboral	“no debe afectar en lo absoluto, porque el aspecto personal se lo debe solucionar en la casa y no llevarlo al trabajo, porque el trabajo debe ser exclusivamente para la labor que ha sido delegado en nuestro caso como autoridades estamos para trabajar en bien de la parroquia”

**Fuente:** María José Vega Chicaiza

**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

<p>Ing. Francisco Agualongo  VOCAL  GADPR SANTA ROSA  Encargado de vías y construcciones</p>		
<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	
1.- ¿Cómo es la comunicación interna en el GAD?	“gracias por esta oportunidad que me brindan para expresar acerca de la comunicación que se maneja dentro de esta institución, podríamos decir que	

	bastante bien, se puede transmitir los objetivos, la misión y visión que tiene la institución...”
2.- ¿Qué medio usted utiliza como forma de comunicación dentro del GAD?	“generalmente oficios, memorandos, correos electrónicos y a veces también se utiliza el Facebook para hacer conocer las actividades y los trabajos que se están realizando...”
3.- ¿Usted como autoridad del GADPR Santa Rosa informa a sus compañeros sobre las actividades a realizarse?	“generalmente se realiza las reuniones del consejo parroquial en donde se da a conocer todas las actividades que se están realizando en base a una planificación... a veces se genera unos trabajos adicionales o unos trabajos que no se han logrado realizar por muchas razones y eso se ha comunicado a través de las reuniones o de pronto en el transcurso de las actividades se requiere de un apoyo siempre se les comunica a los compañeros para que ello también me apoyen en algunas actividades que se realizan dentro de mi comisión”
4.- ¿Qué forma de comunicación considera más efectiva? Audiovisual, alternativa, escrita, interactiva, verbal, signos y símbolos	“de mi parte la comunicación más efectiva es la comunicación escrita, al menos tengo un respaldo que les comunico lo que se está haciendo de lo que se va a hacer, dependiendo de la información que pueda transmitir una vez más considero que la comunicación escrita es la más efectiva a mi criterio”
5.- ¿Considera usted que los medios utilizados para emitir la información son efectivos?	“si pero se puede mejorar”
6.- ¿Considera usted importante a la comunicación interna como parte del fortalecimiento organizacional?	“desde luego porque con so todos sabemos los fino, los objetivos que se persigue y todos estamos animando esfuerzos para lograr llegar a la meta que se propone y por eso es importante la comunicación”

7.- ¿Es importante para usted el fortalecimiento organizacional a través de la comunicación interna?	“desde luego sería importante que se vaya fortaleciendo desde nuevas formas de comunicación con el avance tecnológico que tenemos, sería muy importante que se siga fortaleciendo y que todos tengamos claro lo que persigue la institución ”
8.- ¿Qué estrategias utiliza usted para fortalecer la organización a través de la comunicación?	“Lo que más he utilizado dentro de la organización, para dar fortaleza al objetivo es el mantener conversaciones”
9.- Según su criterio ¿considera usted que lo personal afecta a lo laboral	“muchísimo la eficiencia del trabajo depende de los ánimos... del como este la persona en base a los ánimos realmente, para que se pueda sacar más provecho a los recursos, hacer en si que el trabajo sea eficiente”

**Fuente:** María José Vega Chicaiza

**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

<p>Ing. Benedicto Palomo VOCAL GADPR SANTA ROSA Encargado de productividad</p>		
<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	
1.- ¿Cómo es la comunicación interna en el GAD?	“La comunicación es verbalmente, telefónicamente, internet, esas son las comunicaciones que nosotros usamos”	
2.- ¿Qué medio usted utiliza como forma de comunicación dentro del GAD?	“Más se usa la comunicación verbal”	

3.- ¿Usted como autoridad del GADPR Santa Rosa informa a sus compañeros sobre las actividades a realizarse?	“si, en las reuniones cada uno podemos compartir las actividades que tenemos o estamos realizando”
4.- ¿Qué forma de comunicación considera más efectiva? Audiovisual, alternativa, escrita, interactiva, verbal, signos y símbolos	“yo considero que es más la comunicación verbal, tecnológica como el celular que es lo que más hemos utilizado”
5.- ¿Considera usted que los medios utilizados para emitir la información son efectivos?	“tal vez podríamos mejorar en alguna parte para que sea más efectivo”
6.- ¿Considera usted importante a la comunicación interna como parte del fortalecimiento organizacional?	“claro es importante mediante la comunicación debemos también informar de todo lo que pasa, de todo lo que vamos a hacer”
7.- ¿Es importante para usted el fortalecimiento organizacional a través de la comunicación interna?	“es importante , es muy importante por medio de la comunicación debemos estar todos informados”
8.- ¿Qué estrategias utiliza usted para fortalecer la organización a través de la comunicación?	Utilizar la tecnología como el WhatsApp y por internet
9.- Según su criterio ¿considera usted que lo personal afecta a lo laboral	“si tal vez no comunicamos todo y no estamos tan informados de lo que está pasando”

**Fuente:** María José Vega Chicaiza

**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

Sr. Cristian Silva  
**VOCAL**  
**GADPR SANTA ROSA**

Encargado de cultura, deporte y educación



<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>
1.- ¿Cómo es la comunicación interna en el GAD?	“la comunicación ha sido bastante buena... nos mandan la información por el correo electrónico por el WhatsApp o esquelas ”
2.- ¿Qué medio usted utiliza como forma de comunicación dentro del GAD?	“dentro del GAD se está utilizando, bueno de mi parte el WhatsApp ”
3.- ¿Usted como autoridad del GADPR Santa Rosa informa a sus compañeros sobre las actividades a realizarse?	“si, a través de WhatsApp o comunicación escrita ”
4.- ¿Qué forma de comunicación considera más efectiva? Audiovisual, alternativa, escrita, interactiva, verbal, signos y símbolos	“la comunicación audiovisual creo que es la más correcta”
5.- ¿Considera usted que los medios utilizados para emitir la información son efectivos?	“si porque se está usando la tecnología”
6.- ¿Considera usted importante a la comunicación interna como parte del fortalecimiento organizacional?	“si es muy importante”

7.- ¿Es importante para usted el fortalecimiento organizacional a través de la comunicación interna?	“correcto ,si”
8.- ¿Qué estrategias utiliza usted para fortalecer la organización a través de la comunicación?	“para fortalecer la organización, pues la amistad”
9.- Según su criterio ¿considera usted que lo personal afecta a lo laboral	“si... porque es un problema sentimental a veces y podría afectar a los compañeros”

**Fuente:** María José Vega Chicaiza

**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

### **Análisis e interpretación de las entrevistas**

#### **Pregunta 1.- ¿Cómo es la comunicación interna en el GAD?**

La comunicación interna en el gobierno parroquial la consideran muy fluida, la califican de bastante buena y ha sido directa, la información que se les envía también es manejada utilizando las herramientas tecnológicas mencionan que se utiliza el correo las redes sociales específicamente el WhatsApp y el Facebook

En esta pregunta se pretende descubrir la respuesta al objetivo indicado como analizar la comunicación interna a través de los elementos de fortalecimiento organizacional y se ha mencionado que si porque se planifican reuniones se planifica el trabajo y se utiliza la comunicación para cualquier eventualidad.

**Pregunta 2.- ¿Qué medio usted utiliza como forma de comunicación dentro del GAD?**

Medios de comunicación que se utilizan generalmente son oficios, memorandos, correos electrónicos y a veces también se utiliza las redes sociales en especial el Facebook y WhatsApp para hacer conocer las actividades y los trabajos que se están realizando

En esta pregunta se pretende descubrir la respuesta al objetivo que hace referencia a identificar el enfoque y las estrategias comunicativas que maneja el GAD Santa Rosa y analizar su eficacia en el fortalecimiento organizacional.

Por tal razón se concluye que si son eficaces los métodos pero aún falta por mejorar las estrategias para lograr mayor efectividad a la hora de comunicar.

**Pregunta 3.- ¿Usted como autoridad del GADPR Santa Rosa informa a sus compañeros sobre las actividades a realizarse?**

Durante el tiempo de investigación se ha notado que generalmente se realiza las reuniones del consejo parroquial en donde se da a conocer todas las actividades que se están realizando en base a una planificación.

Además, a veces se genera unos trabajos adicionales o unos trabajos que no se han logrado realizar por muchas razones y eso se comunica a través de las reuniones o de pronto en el transcurso de las actividades si se requiere apoyo siempre se les comunica a los compañeros para que ellos también apoyen en algunas actividades que se realizan dentro de las diferentes comisiones.

**Pregunta 4.- ¿Qué forma de comunicación considera más efectiva? Audiovisual, alternativa, escrita, interactiva, verbal, signos y símbolos**

Pues para la mayoría de entrevistados es más efectivo utilizar la comunicación verbal porque es espontanea pero no dejan de lado a la comunicación escrita ya que es una entidad pública y de esa forma se obtiene un respaldo de lo que se está haciendo o de lo que se va a hacer, además esta comunicación se complementa con la audio visual

que es la que atrae la atención de receptor por tal razón se está emitiendo información a través de las redes sociales.

En conclusión el enfoque que se está manejando se considera apropiado pero no se lo realiza con frecuencia.

**Pregunta 5.- ¿Considera usted que los medios utilizados para emitir la información son efectivos?**

En la mayoría de respuestas se considera efectivos los medios de comunicación que se están utilizando pero en algunos criterios también piensan que de una u otra manera se puede mejorar además para la comunicación que se maneja en el gobierno parroquial se está usando la tecnología y se puede mejorar en diferentes aspectos porque una característica principal de la tecnología es que va evolucionando a cada instante.

**Pregunta 6.- ¿Considera usted importante a la comunicación interna como parte del fortalecimiento organizacional?**

En base a la investigación se considera que es muy importante la comunicación interna para fortalecer la organización porque se dice que las cosas se deben hablar de frente mirándose a los ojos en una mesa en una reunión para poder compartir todos los lineamientos establecidos, además con la comunicación interna se puede expresar los puntos de vista de cada persona.

Al realizar esta pregunta se cumple con el objetivo planteado en el trabajo de investigación porque si existe comunicación dentro de la institución y eso les ha ayudado a crecer como gobierno parroquial.

**Pregunta 7.- ¿Es importante para usted el fortalecimiento organizacional a través de la comunicación interna?**

En base a la pregunta planteada se considera que es muy importante la comunicación interna porque se va fortaleciendo la organización desde nuevas formas de comunicación y con el avance tecnológico que tenemos día a día, es muy importante

que se siga fortaleciendo y que todos tengan claro los objetivos que persigue la institución.

Por lo que se refiere a la comunicación interna no se la considera limitada porque todos expresan el punto de vista y dan a conocer su criterio personal.

**Pregunta 8.- ¿Qué estrategias utiliza usted para fortalecer la organización a través de la comunicación?**

De acuerdo con las respuestas proporcionadas se utiliza la comunicación, el trabajo en equipo, el uso de las nuevas tecnologías y la buena relación humana con los compañeros del gobierno parroquial.

**Pregunta 9.- Según su criterio ¿considera usted que lo personal afecta a lo laboral?**

En el proyecto de investigación se realizó esta pregunta para proponer alternativas de solución desde el aspecto humano y el aspecto laboral a través de la comunicación.

La respuesta de los entrevistados es que siempre va a afectar los aspectos personales en las relaciones laborales pero también se encontró que no debería afectar pero a través de charlas motivacionales utilizando la comunicación verbal.

Cumplido con las respuestas a las preguntas planteadas y logrando los objetivos planteados en el trabajo de investigación se concluye que el gobierno parroquial considera de gran importancia el manejo de la comunicación interna y externa.

## **VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS**

Al analizar las publicaciones en la página oficial de Facebook del GADPR Santa Rosa se determinó los tipos de comunicación que se utilizan son la comunicación audio visual, comunicación de masas, la comunicación verbal y sobre todo la comunicación digital o virtual y con el resultado de este punto de investigación se da respuesta al objetivo planteado en el trabajo de investigación.

En los objetivos específicos se plantea analizar la comunicación interna a través de los elementos de fortalecimiento organizacional mediante la entrevista se ha logrado obtener resultados que no son muy claros porque se determinó que la comunicación se emplea de forma empírica es decir en el área interna no se está utilizando a la comunicación para crear capacidad de liderazgo, para trabajo en grupo para mejorar las relaciones humanas.

Con el análisis de la comunicación interna y externa se pudo identificar el enfoque y las estrategias comunicativas que maneja el GAD Santa Rosa y se analizaron su eficacia en el fortalecimiento organizacional en las publicaciones de muestra del mes de agosto se puede notar la eficacia de la comunicación en los productos comunicacionales elaborados para las festividades parroquiales. De tal manera es necesario aplicar la comunicación a través de un departamento de comunicación o a su vez por un comunicador que domine el tema.

En el último objetivo planteado se propone una alternativa de solución desde el análisis de las estrategias comunicativas del GAD Parroquial Santa Rosa, para determinar la más sostenible y efectiva. En ese ámbito se recomienda hacer la aplicación de la marca en todas las actividades que realice el gobierno parroquial y para eso se propone la elaboración de un plan de comunicación interna para fortalecer la organización a través de la comunicación por medio de la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES**

Una vez realizada la investigación se concluye que:

- La Comunicación en el GADPR Santa Rosa se aplica de forma empírica, lo que provoca que la información no tenga secuencia y no sea eficiente para los públicos internos y externos, porque resulta difícil entender en varias ocasiones las publicaciones expuestas en las redes sociales y la colectividad piensa que no existe planificación estratégica debidamente elaborada y no le presta atención.
- El gobierno parroquial tiene el manual de marca pero no hace uso de esta herramienta comunicativa especialmente de la aplicación de marca de forma adecuada únicamente se ha aplicado por tres meses en las publicaciones, afiches, lo demás del año no se la ha vuelto a utilizar.
- De las personas entrevistadas todas consideran que la comunicación es importante como elemento para el desarrollo, pero no se han planteado proyectos o actividades que ayuden a fortalecer las estrategias comunicativas dentro del gobierno parroquial.
- Una vez realizado el trabajo de investigación se concluye que la comunicación se encuentra en proceso de desarrollo y con más énfasis en proceso de accionar las estrategias planteadas y cuando se llegue a realizar estas actividades se podrá desarrollar la comunicación como parte del fortalecimiento de la organización para mejorar la imagen del gobierno parroquial y mantener las buenas relaciones humanas.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades parroquiales que la comunicación sea manejada por expertos en el área de comunicación interna y externa o sería más eficaz la creación de un departamento de comunicación quien se encargue de fortalecer las estrategias comunicativas que se han estado aplicando hasta el momento.
- Se recomienda realizar un manual de la aplicación de marca para lograr difundir el nuevo logo del GADPR Santa Rosa a través de diferentes productos comunicacionales.
- Diseñar estrategias de comunicación para el público interno tales como: manual del empleado en donde este la misión visión y objetivos de la organización y capacitaciones a sus integrantes sobre relaciones humanas, atención a clientes, etc.
- Diseñar estrategias de comunicación para el público externo tales como: spots en audio y video para promocionar los servicios que presta el GADPR Santa Rosa y también para promover el turismo en la parroquia a fin de direccionar la difusión de información de manera clara que ayude a mejorar la información con los habitantes de la parroquia.

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

**Título:** Elaboración de un plan de comunicación interna para fortalecer la organización a través de la comunicación por medio de la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa

**Datos informativos:**

**Institución ejecutora**

Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales  
Carrera de Comunicación Social

**Beneficiarios**

- Integrantes del GADPR Santa Rosa
- Población en general

**Ubicación**

Provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia Santa Rosa, Institución  
Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Rosa.

**Tiempo estimado para la ejecución:**

Dos meses

**Técnico Responsable:**

María José Vega Chicaiza (Investigadora)

Ing. Patricio Villacis (Presidente del GADPR Santa Rosa Administración 2014-2019)

**Costo**

500.00 dólares americanos

### **Antecedentes de la propuesta**

Después de haber realizado el trabajo de investigación acerca de la comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional en el GADPR Santa Rosa y teniendo en cuenta los resultados de las diferentes entrevistas y análisis de las publicaciones durante el periodo enero 2016- enero 2017, es necesario que exista una propuesta que cubra las expectativas de toda la colectividad.

Además, tomando en cuenta que las herramientas de comunicación interna no se están aplicando de manera adecuada en todos sus ámbitos, datos que se comprobaron al realizar el trabajo de investigación y al entrevistar a los habitantes de la parroquia al consultar si conocían sobre las actividades que se realizan en el sector por parte de las autoridades parroquiales y en la mayoría de los casos fue negativa, se propone una alternativa de solución utilizando la comunicación interna y manejo de la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa.

Es necesario resaltar que la imagen corporativa del gobierno parroquial se la estaba manejando durante los meses marzo, abril y mayo, actividad que daba resultado y específicamente en las redes sociales acumulaba mayor cantidad de likes

Asumiendo que en los últimos años la imagen corporativa se convirtió en un factor importante a la hora de promocionar un producto o servicio, esta se vuelve fundamental para cualquier institución que pretenda ser productiva en el ámbito social.

En base a estos antecedentes y los resultados obtenidos en el trabajo de investigación es necesario elaborar un plan de comunicación interna para fortalecer la organización a través de la comunicación por medio de la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa de esta manera se fomentará la participación activa de los habitantes de la parroquia.

### **Justificación**

Conforme con los resultados obtenidos en el trabajo de investigación es necesario considerar la elaboración de un plan de comunicación interna para fortalecer la organización a través de la comunicación por medio de la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa

La propuesta nace ante la necesidad de un proceso comunicacional efectivo en la parroquia, en donde el enfoque participativo este centrado en las propuestas de los habitantes del sector y las actividades que realizan las autoridades parroquiales. Los aspectos tanto comunicacionales y de imagen van de la mano y van fortaleciendo la parte interna en cuanto a procesos y en cuanto al talento humano.

Se tendrá una imagen con proyección de futuro, en donde a mediano plazo la institución se vea favorecida y pueda alcanzar la aceptación y desarrollo de la parroquia en los ámbitos culturales, comerciales, económicos, productivos y turísticos.

Esta idea impulsó a realizar esta propuesta, que fortalezca la imagen corporativa a través de un proceso organizado de comunicación interna. Al ser una propuesta factible de acuerdo a los estándares comunicacionales establecidos en la parroquia, es necesario indagar, explorar, analizar, hacer un sondeo de cuan necesaria es la creación de dicho plan, entendiéndose de esta manera que la imagen corporativa.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Elaborar un plan de comunicación interna para fortalecer la organización a través de la comunicación por medio de la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa.

### **Objetivo Especifico**

- Establecer estrategias de Comunicación interna en el Gobierno Parroquial de Santa Rosa.
- Generar estrategias que fortalezcan la comunicación externa y la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa.
- Programar un plan de comunicación que ayude a fortalecer la organización.
- Crear sentido de pertenencia en las personas y participación en las actividades que realice el GADPR Santa Rosa promoviendo el desarrollo.
- Realizar la aplicación de la marca en productos comunicacionales

### **Análisis de factibilidad:**

El trabajo de investigación en el GADPR Santa Rosa habilita la elaboración de este proyecto se considera factible ejecutarlo dentro de la institución puesto que está direccionado a mejorar la comunicación interna y fortalecer la organización a través de la imagen corporativa.

La factibilidad es positiva porque el GADPR Santa Rosa cuenta con la imagen corporativa, el problema está en que no es aplicada, por tal razón de proponer establecer estrategias comunicacionales que mejoraren la imagen corporativa de la del gobierno parroquial y en si a toda la parroquia.

### **Socio Cultural**

Es de gran importancia crear un plan de comunicación para mejorar la comunicación interna en el Gobierno Parroquial y la imagen corporativa de la institución puesto que se evidenciará un impacto socio-cultural de acuerdo con las publicaciones emitidas con el uso de la imagen corporativa pero únicamente se ha mostrado en algunas fotografías colocadas el banner con los colores representativos, en hojas membretadas y en ningún otro aspecto.

### **Organizacional**

La investigación realizada hace que la propuesta sea factible desde el punto organizacional, porque cuenta con procesos comunicacionales que la institución cuenta, únicamente hace falta darles uso.

Con la finalidad de mejorar la imagen de la organización se pretende hacer la aplicación de la marca que identifica al GADPR Santa Rosa y fortalecer las estrategias de comunicación específicamente internas.

### **Tecnológica**

La propuesta es de carácter factible desde el punto de vista tecnológico debido a que al utilizar las diferentes herramientas tecnológicas se podrá mejorar la comunicación interna de la institución y, a través de la página web institucional que no se le da uso y las diferentes redes sociales con las que cuenta la parroquia se puede difundir la imagen corporativa de forma positiva de la parroquia porque se podría acceder desde cualquier parte del mundo.

Por medio del internet se puede llegar específicamente a las personas que han migrado de la parroquia y se encuentran en otras ciudades o en otros países y desean saber cómo se encuentra la parroquia.

### **Económica**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Santa Rosa no cuenta con un presupuesto específico para la difusión de sus actividades, se podría gestionar de alguna manera con entidades que siempre han brindado apoyo al gobierno parroquial y de esa manera se podría hacer factible a la propuesta.

Con la finalidad de fortalecer la comunicación a través del fortalecimiento de la organización y aportar al desarrollo de la parroquia en los ámbitos comerciales, productivos, sociales, turísticos entre otros aspectos.

### **Fundamentación teórica:**

La fundamentación teórica tendrá como base la utilización de herramientas de comunicación para poder destacar conceptos y acumular información de gran importancia para poder desarrollar la propuesta.

Para (Gutierrez, 2011) la identidad corporativa “Aumenta la motivación entre los empleados, creando un sentimiento de identificación y de compromiso con la entidad. Esta influencia en el comportamiento del personal desemboca, sin duda, en una mejor optimización de los recursos humanos”, de esta manera se está contribuyendo con las estrategias que fortalecerán la comunicación interna y a la vez externa.

Los estudiosos de esta primera escuela compartieron algunas ideas centrales acerca de cómo debería funcionar una organización; gran parte de sus principios y propuestas, han tenido un impacto relevante aun en la actualidad. Los autores más notables de la corriente clásica son Max Weber, Frederick W. Taylor y Henri Fayol.

El método de Taylor, estudia cada una de las operaciones necesarias para realizar una tarea, y, con base en observaciones y experimentos, determinar los principios que optimicen su desempeño. En términos generales, “hace énfasis en el producto organizacional, más que en consideraciones individuales, además de dividir las tareas en mentales y manuales”.

Por otro lado (Guzman, 2012) habla sobre la comunicación organizacional específicamente de la comunicación interna y menciona que “La comunicación interna es el “conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”.

Con esta fundamentación se puede empezar a investigar desde todos los puntos involucrados dentro de la investigación.

## **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA**

### **Público objetivo**

El enfoque de la propuesta está determinado en primer lugar a quienes trabajan dentro del GADPR Santa Rosa porque se lo toma como una identificación con la institución y de esa manera se aumenta el compromiso de cada uno de ellos, en segundo lugar está destinado a los habitantes de la parroquia para crear sentido de pertenencia en las personas y participación en las actividades que realice el gobierno parroquial promoviendo el desarrollo.

Y en tercer lugar está destinado para los turistas quienes no conocen las bondades que ofrece Santa Rosa una parroquia con atractivos turísticos tales como sitios para visitar, gastronomía, cultura, deporte, costumbres. etc.

### **Objetivos comunicacionales**

- Crear bases para saber comunicar con éxito.
- Incentivar a la colectividad a tener sentido de pertenencia con los atributos que brinda la parroquia.
- Promocionar la imagen de la parroquia Santa Rosa a través de las actividades que realice el GADPR.

**Tabla N° 5 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA**

	<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Contenido</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Tiempo</b>
<b>1</b>	Informes	Dar a conocer las actividades cumplidas o por cumplirse	Generar información general del GAD	Integrantes del GADPR Santa Rosa	institucional	Según sea necesario
<b>2</b>	Invitaciones	Informar las actividades a realizarse	Eventos sociales, culturales y Trabajo.	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	institucional	Según sea necesario
<b>3</b>	Cartelera	Informar todo acto del GAD	Actividades e Información general.	Integrantes del GADPR Santa Rosa	institucional	Según sea necesario
<b>4</b>	Publicaciones en las redes sociales	Mayor eficacia al momento de comunicar algo urgente	Reuniones, avisos o actividades delegadas	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	institucional	Según sea necesario
<b>5</b>	Actividades de esparcimiento	Compartir momentos amenos entre compañeros	Fechas especiales que tradicionalmente se las celebra	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	institucional	Según sea necesario

**Fuente:** María José Vega Chicaiza

**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

**Tabla N° 6 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA**

	ACTIVIDAD	OBJETIVO	CONTENIDO	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO
<b>1</b>	Publicaciones medios Escritos.	Difundir y promocionar la parroquia	Información de los productos artesanales, agrícolas y turísticos de la parroquia	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	Institucional	Según sea necesario
<b>2</b>	Hojas volantes	Dar a conocer productos y actividades de la parroquia	Eventos y productos de la parroquia	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	Institucional	Según sea necesario
<b>3</b>	Boletines de prensa.	Difusión y promoción institucional	Información de programaciones institucionales	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	Institucional	Según sea necesario
<b>4</b>	Spots radiales.	Difusión y Promoción institucional.	Información institucional y parroquial.	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	Institucional	Según sea necesario

5	Videos promocionales de la parroquia	Difusión y Promoción institucional.	Información institucional y parroquial.	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	Institucional	Según sea necesario
6	Ruedas de prensa.	Comunicar actividades culturales y sociales	Referente al GAD y la parroquia	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	Institucional	Según sea necesario
7	Publicaciones en las red sociales	Comunicar actividades culturales y sociales	Referente a las actividades que se vayan desarrollando durante la semana	Presidente, Personal administrativo y vocales del GAD	Institucional	Según sea necesario

**Fuente:** María José Vega Chicaiza

**Elaboración:** María José Vega Chicaiza

## Bibliografía

1. Alexis, A. V. (1999). google.com. Obtenido de <http://repositorionew.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2762/1/T0091-MELA-Aill%C3%B3n-La%20comunicaci%C3%B3n.pdf>
2. Alfaro, R. M. (1993). LA COMUNICACIÓN COMO RELACIÓN PARA EL DESARROLLO. Editorial S.A.
3. Amorós, E. (enero de 2007). BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales. Obtenido de COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/231/70.htm>
4. Beltrán, L. R. (1985). Sociología de la Comunicación. Barcelona.
5. Beltrán, L. R. (2005). La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. Buenos Aires, Argentina.
6. Bonta, P., & Farber, M. (2002). 199 Preguntas sobre marketing. Bogota: Editorial Norma.
7. Corbin, J. A. (marzo de 2015). Psicología y Mente. Obtenido de Los 28 tipos de comunicación y sus características: <https://psicologiaymente.net/social/tipos-comunicacion-caracteristicas#!>
8. Davalos, V. (2011). Comunicación y Liderazgo. Mexico: Impresora Apolo.
9. Fernández Collado, C. (1997). La Comunicación en las Organizaciones. México: Editorial Trillas.
10. Freijeiro, S. D. (2011). Técnicas de Comunicación. Bogotá: Ediciones de la U.
11. Garcia, L., Herrera, X., & Flores, N. (s.f.). textos.pucp.edu.pe. Obtenido de <http://textos.pucp.edu.pe/pdf/1980.pdf>
12. Gutierrez, J. C. (2011). Identidad Corporativa. Cajamarca - Perú: -.
13. Guzman, P. V. (2012). Comunicación Organizacional. Maxico: Ma. Eugenia Buendía López .
14. Hernandez, R. (2010). Metodología de la investigación. Mexico: McGraw Hill.
15. Laswell. (1948). Estructura y Función de la Comunicación de Masas.
16. Martinez, C. (Noviembre de 2012). La comunicación organizacional. Obtenido de <https://yelitzafatla.wordpress.com/comunicacion-corporativa/>
17. Muñoz, C. . (mayo de 2012). Contribuciones a las Ciencias Sociales. Obtenido de Estrategias comunicativas ": <http://www.eumed.net/rev/ccss/20/jlmc.html>
18. Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación. Dykinson.

19. Palencia, C. J. (27 de Mayo de 2011). comunidadcoomeva.com. Obtenido de comunidadcoomeva.com:  
<http://jucapachi1.comunidadcoomeva.com/blog/index.php?/archives/8-Comunicacion-Asertiva-y-Efectiva.html>
20. Pizzolante, I. (2004). El poder de la comunicación estratégica. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
21. Ritter, M. (2008). Cultura Organizacional. Buenos Aires: La Crujia.
22. Robbins, S. (1999). Comportamiento Organizacional, (8ª ed.). México: Editorial Prentice Hall.
23. Rodríguez, V. M. (2015). Enseñanza de las Ciencias Informáticas. Revista Cubana de Ciencias Informáticas, 1-11.
24. Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). Fundamentos del Marketing. Mexico: The McGraw-Hill Companies.
25. Thompson, I. (2012). promonegocios.net. Obtenido de Conozca a profundidad cuál es la definición de producto:  
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html#comentarios>
26. Universidad, I. (2010). Comunicación Corporativa. Obtenido de [http://www.metro.inter.edu/secuencial/BA\\_COMUNICACION\\_CORPORATIV A.pdf](http://www.metro.inter.edu/secuencial/BA_COMUNICACION_CORPORATIV A.pdf)
27. Viteri, W. (2011). Fundamentos de la Teoría de la comunicación. Ambato.

## **FUENTE OFICIAL**

1. Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la Republica. Montecristi: Registro Oficial
2. Asamblea Nacional. (2010). Ley Orgánica de Comunicación. Quito-Ecuador: Registro Oficial.
3. Asamblea Nacional. (2010). Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización

# ANEXOS

**Gráfico N° 5 Afiche promocional de la parroquia con el banner y el logo del GADPR Santa Rosa**



**Gráfico N° 6 Promoción de los cultivos en las zonas altas de la parroquia**

El Ing. Benedicto Palomo encargado de Productividad visita las parcelas de plantas, entregadas por el GAD



**Gráfico N° 7 Foto promocionando el tradicional pan de Santa Rosa (se maneja la imagen corporativa)**

Foto cortesía "El Comercio"



## ENTREVISTAS

**Gráfico N° 8 Entrevista Ing. Patricio Villacis**

**PRESIDENTE DEL GADPR SANTA ROSA**



**Gráfico N° 9 Entrevista Tlgo. Alver Gavilanes**

**PRESIDENTE DE PLAZAS Y MERCADOS DEL GADPR SANTA ROSA**



**Gráfico N° 10 Entrevista Ing. Francisco Agualongo**

PRESIDENTE DE VIAS Y CONSTRUCCIONES DEL GADPR SANTA ROSA



**Gráfico N° 11 Entrevista Ing. Benedicto Palomo**

PRESIDENTE DE PRODUCTIVIDAD DEL GADPR SANTA ROSA



**Gráfico N° 12 Entrevista Sr. Cristian Silva**

**PRESIDENTE DE CULTURA DEPORTES Y EDUCACION DEL GADPR SANTA ROSA**



## **PAPER**

### **LA COMUNICACIÓN COMO ELEMENTO DE FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL EN EL GOBIERNO PARROQUIAL SANTA ROSA.**

#### **RESUMEN**

**Tema:** La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Santa Rosa.

**Autora:** María José Vega Chicaiza

**Tutora:** Lcda. Mg. Eliza Carolina Vayas R.

La Comunicación organizacional, es una comunicación de masas que va de la mano con la transformación de los estados en las sociedades latinoamericanas y, más aún, cuando se enfoca en cumplir el rol como responsable del bienestar entre los gobernantes y los pueblos de distintas clases sociales. (Alfaro, 1993) Hace referencia a la comunicación como una relación para el desarrollo, “lo comunicativo es una dimensión básica de la vida y de las relaciones humanas y socioculturales”.

Tomando en cuenta que comunicar e informar son dos acciones diferentes se genera confusión aunque en realidad no se debería confundirlas ya que la diferencia está en el feedback que se busca. La comunicación implica interactividad, mientras que la información solo implica información. (Freijeiro, 2011)

En la provincia de Tungurahua, dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Santa Rosa no se conoce de la existencia de un departamento de comunicación que se encargue de difundir información ni de generar comunicación sobre las actividades que desarrolla la administración parroquial vigente, por lo que se debe tomar en cuenta que “la comunicación es la base para el desarrollo” (Beltrán, 2005)

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Rosa al igual que todas las instituciones públicas está en la obligación de mantener informada a la población de las actividades que se realiza en beneficio de los habitantes.

**Palabras clave:** comunicación, comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo, información.

## **ABSTRACT**

**Topic:** Communication as an element of organizational strengthening in the Autonomous Government Decentralized Santa Rosa.

**Author:** María José Vega Chicaiza

**Tutor:** Lcda. Mg. Eliza Carolina Vayas R.

Organizational Communication, is a mass communication that goes hand in hand with the transformation of states in Latin American societies and, even more, when it focuses on fulfilling the role as responsible for welfare between the rulers and peoples of different social classes. (Alfaro, 1993) .

It refers to communication as a relationship for development, "the communicative is a basic dimension of life and human and sociocultural relations."

Taking into account that communicating and reporting are two different actions creates confusion but in reality should not be confused because the difference is in the feedback that is sought. Communication implies interactivity, where are as information only implies information. (Freijeiro, 2011)

In the province of Tungurahua, within the Autonomous Government Decentralized Rural Parroquial of Santa Rosa. There is no knowledge of the existence of a communication department that is responsible for disseminating information or generating communication about the activities carried out by the parish administration in force, so it must be taken into account that "communication is the basis for the development" (Beltrán, 2005).

The Autonomous Government Decentralized Parish Rural Santa Rosa, as well as all public institutions, is obliged to keep the population informed of the activities carried out for the benefit of the inhabitants.

**Key words:** communication, organizational communication, communication for development, information.

## **INTRODUCCIÓN**

Este trabajo es elaborado con la finalidad de definir si la comunicación es un elemento de fortalecimiento en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Rosa (GADPR) con la finalidad de lograr armonía entre los públicos internos y externos en la organización.

La problemática está establecida mediante un problema el cual contiene dos variables en este caso la comunicación y el fortalecimiento organizacional. Además se han planteado unos objetivos que serán la línea mediante las cuales se realice la investigación.

Será favorable la vinculación académica con la sociedad, es por ello que la Universidad Técnica de Ambato y la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y la Carrera de Comunicación Social han buscado contribuir con el desarrollo de las organizaciones dentro de la sociedad.

Es por eso que las líneas de investigación del alma mater están orientadas exclusivamente al bienestar de la sociedad, cubrir las necesidades e inquietudes respecto al conocimiento. Entonces los beneficiarios directos los habitantes de la parroquia autoridades y personal administrativo del GADPR Santa Rosa y posiblemente turistas ya que se pretende fomentar el turismo parroquial y comunitario

### **Capítulo I:**

Contextualiza el Problema de investigación, en la que se ha señalado con claridad la existencia de varios fenómenos sociales desde una problemática nacional hasta llegar al análisis de la problemática en la parroquia especialmente dentro del gobierno parroquial.

### **Capítulo II:**

Corresponde al Marco Teórico de la Investigación, en el cual se señalan los antecedentes de estudio y el sustento filosófico y fundamentado en forma legal y ampliando la conceptualización de las categorías relacionadas

### **Capítulo III:**

Se presenta la metodología que se siguió para lograr la investigación y su forma de llevar el estudio; además se exponen temas que sustentan el tipo y nivel de investigación, las técnicas, métodos e instrumentos que se utilizó para su desarrollo, los diferentes procesos para localizar a la población y obviamente para determinar el número de muestra de estudio. Finalmente esta la operacionalización de variables.

#### **Capítulo IV:**

Se realiza el análisis e interpretación de resultados obtenidos en la investigación, mediante la elaboración de fichas descriptivas de investigación. En este punto de la investigación se realiza la verificación de objetivos planteados. Además, se interpreta los resultados de cada pregunta de investigación con relación al aspecto cualitativo.

#### **Capítulo V:**

En este capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas de la investigación, que han sido pautas importantes y certeras para realizar la propuesta y hacerla factible.

#### **Capítulo VI:**

Para culminar, en este capítulo se propone una alternativa de la solución al problema, se plantea la elaboración de un plan de comunicación interna para fortalecer la organización a través de la comunicación por medio de la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa

#### **Línea de investigación:**

Teoría de la Comunicación, Comunicación Organizacional

## **METODOLOGÍA**

### **Enfoque de la Investigación**

El presente proyecto de investigación se realizará bajo el enfoque crítico - propositivo con los parámetros cualitativos. Es crítico porque nos ayuda a cuestionar al objeto de estudio y es propositivo porque nos permite proponer soluciones al problema planteado; Además, se considera cualitativo porque se recogerán datos, se analizarán y se interpretarán, esto servirá de respaldo para el proyecto, y esto ayuda al análisis

cualitativo para describir al fenómeno de investigación a través una entrevista a profundidad a un denominado “FOCUS GROUP”.

### **Modalidad de investigación**

El proyecto de investigación de realizará de forma:

### **Descriptivo - Exploratorio**

Porque este método nos admite describir al fenómeno de investigación y permite hacer comparaciones.

### **Población y Muestra**

#### **Muestra:**

La muestra es un “subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernandez, 2010). La presente investigación presenta un muestreo proporcional el mismo que tiene por objeto analizar las publicaciones que han realizado las autoridades del GADPR Santa Rosa a través de la página de Facebook y otros medios.

Para el análisis de la comunicación externa se tomó en cuenta 60 publicaciones en la página oficial de Facebook desde el 01 de enero de 2016 hasta el mes de enero de 2017 y para el análisis de la comunicación interna se realizó entrevistas a los cinco vocales del GADPR Santa Rosa personas quienes forman parte del denominado “focus group”.

## **CONCLUSIONES**

Una vez realizada la investigación se concluye que:

- La Comunicación en el GADPR Santa Rosa se aplica de forma empírica, lo que provoca que la información no tenga secuencia y no sea eficiente para los públicos internos y externos, porque resulta difícil entender en varias ocasiones las publicaciones expuestas en las redes sociales y la colectividad piensa que no existe planificación estratégica debidamente elaborada y no le presta atención.
- El gobierno parroquial tiene el manual de marca pero no hace uso de esta herramienta comunicativa especialmente de la aplicación de marca de forma adecuada únicamente se ha aplicado por tres meses en las publicaciones, afiches, lo demás del año no se la ha vuelto a utilizar.
- De las personas entrevistadas todas consideran que la comunicación es importante como elemento para el desarrollo, pero no se han planteado proyectos o actividades que ayuden a fortalecer las estrategias comunicativas dentro del gobierno parroquial.
- Una vez realizado el trabajo de investigación se concluye que la comunicación se encuentra en proceso de desarrollo y con más énfasis en proceso de accionar las estrategias planteadas y cuando se llegue a realizar estas actividades se podrá desarrollar la comunicación como parte del fortalecimiento de la organización para mejorar la imagen del gobierno parroquial y mantener las buenas relaciones humanas.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda a las autoridades parroquiales que la comunicación sea manejada por expertos en el área de comunicación interna y externa o sería más eficaz la creación de un departamento de comunicación quien se encargue de fortalecer las estrategias comunicativas que se han estado aplicando hasta el momento.

- Se recomienda realizar un manual de la aplicación de marca para lograr difundir el nuevo logo del GADPR Santa Rosa a través de diferentes productos comunicacionales.
- Diseñar estrategias de comunicación para el público interno tales como: manual del empleado en donde este la misión visión y objetivos de la organización y capacitaciones a sus integrantes sobre relaciones humanas, atención a clientes, etc.
- Diseñar estrategias de comunicación para el público externo tales como: spots en audio y video para promocionar los servicios que presta el GADPR Santa Rosa y también para promover el turismo en la parroquia a fin de direccionar la difusión de información de manera clara que ayude a mejorar la información con los habitantes de la parroquia.

### **VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS**

Al analizar las publicaciones en la página oficial de Facebook del GADPR Santa Rosa se determinó los tipos de comunicación que se utilizan son la comunicación audio visual, comunicación de masas, la comunicación verbal y sobre todo la comunicación digital o virtual y con el resultado de este punto de investigación se da respuesta al objetivo planteado en el trabajo de investigación.

En los objetivos específicos se plantea analizar la comunicación interna a través de los elementos de fortalecimiento organizacional mediante la entrevista se ha logrado obtener resultados que no son muy claros porque se determinó que la comunicación se emplea de forma empírica es decir en el área interna no se está utilizando a la comunicación para crear capacidad de liderazgo, para trabajo en grupo para mejorar las relaciones humanas.

Con el análisis de la comunicación interna y externa se pudo identificar el enfoque y las estrategias comunicativas que maneja el GAD Santa Rosa y se analizaron su eficacia en el fortalecimiento organizacional en las publicaciones de muestra del mes de agosto se puede notar la eficacia de la comunicación en los productos comunicacionales elaborados

para las festividades parroquiales. De tal manera es necesario aplicar la comunicación a través de un departamento de comunicación o a su vez por un comunicador que domine el tema.

En el último objetivo planteado se propone una alternativa de solución desde el análisis de las estrategias comunicativas del GAD Parroquial Santa Rosa, para determinar la más sostenible y efectiva. En ese ámbito se recomienda hacer la aplicación de la marca en todas las actividades que realice el gobierno parroquial y para eso se propone la elaboración de un plan de comunicación interna para fortalecer la organización a través de la comunicación por medio de la imagen corporativa en el GADPR Santa Rosa.

## BIBLIOGRAFÍA

28. Alexis, A. V. (1999). google.com. Obtenido de <http://repositorionew.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2762/1/T0091-MELA-Aill%C3%B3n-La%20comunicaci%C3%B3n.pdf>
29. Alfaro, R. M. (1993). LA COMUNICACIÓN COMO RELACIÓN PARA EL DESARROLLO. Editorial S.A.
30. Amorós, E. (enero de 2007). BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales. Obtenido de COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/231/70.htm>
31. Beltrán, L. R. (1985). Sociología de la Comunicación. Barcelona.
32. Beltrán, L. R. (2005). La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. Buenos Aires, Argentina.
33. Bonta, P., & Farber, M. (2002). 199 Preguntas sobre marketing. Bogota: Editorial Norma.
34. Corbin, J. A. (marzo de 2015). Psicología y Mente. Obtenido de Los 28 tipos de comunicación y sus características: <https://psicologiaymente.net/social/tipos-comunicacion-caracteristicas#!>
35. Davalos, V. (2011). Comunicación y Liderazgo. Mexico: Impresora Apolo.
36. Fernández Collado, C. (1997). La Comunicación en las Organizaciones. México: Editorial Trillas.
37. Freijeiro, S. D. (2011). Técnicas de Comunicación. Bogotá: Ediciones de la U.
38. Garcia, L., Herrera, X., & Flores, N. (s.f.). textos.pucp.edu.pe. Obtenido de <http://textos.pucp.edu.pe/pdf/1980.pdf>
39. Gutierrez, J. C. (2011). Identidad Corporativa. Cajamarca - Perú: -.
40. Guzman, P. V. (2012). Comunicación Organizacional. Maxico: Ma. Eugenia Buendía López .
41. Hernandez, R. (2010). Metodología de la investigación. Mexico: McGraw Hill.
42. Laswell. (1948). Estructura y Función de la Comunicación de Masas.
43. Martinez, C. (Noviembre de 2012). La comunicación organizacional. Obtenido de <https://yelitzafatla.wordpress.com/comunicacion-corporativa/>
44. Muñoz, C. ,. (mayo de 2012). Contribuciones a las Ciencias Sociales. Obtenido de Estrategias comunicativas ": <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/jlmc.html>
45. Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación. Dykinson.

46. Palencia, C. J. (27 de Mayo de 2011). comunidadcoomeva.com. Obtenido de comunidadcoomeva.com:  
<http://jucapachi1.comunidadcoomeva.com/blog/index.php?/archives/8-Comunicacion-Asertiva-y-Efectiva.html>
47. Pizzolante, I. (2004). El poder de la comunicación estratégica. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
48. Ritter, M. (2008). Cultura Organizacional. Buenos Aires: La Crujia.
49. Robbins, S. (1999). Comportamiento Organizacional, (8ª ed.). México: Editorial Prentice Hall.
50. Rodríguez, V. M. (2015). Enseñanza de las Ciencias Informáticas. Revista Cubana de Ciencias Informáticas, 1-11.
51. Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). Fundamentos del Marketing. Mexico: The McGraw-Hill Companies.
52. Thompson, I. (2012). promonegocios.net. Obtenido de Conozca a profundidad cuál es la definición de producto:  
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html#comentarios>
53. Universidad, I. (2010). Comunicación Corporativa. Obtenido de [http://www.metro.inter.edu/secuencial/BA\\_COMUNICACION\\_CORPORATIV A.pdf](http://www.metro.inter.edu/secuencial/BA_COMUNICACION_CORPORATIV A.pdf)
54. Viteri, W. (2011). Fundamentos de la Teoría de la comunicación. Ambato.

## **FUENTE OFICIAL**

4. Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la Republica. Montecristi: Registro Oficial
5. Asamblea Nacional. (2010). Ley Orgánica de Comunicación. Quito-Ecuador: Registro Oficial.
6. Asamblea Nacional. (2010). Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización