UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA:

COMUNICACIÓN EXTERNA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK PARA DETERMINAR SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DEL GAD PARROQUIAL, PUERTO PECHICHE, CANTÓN PUEBLO VIEJO - LOS RÍOS, PERÍODO ENERO-OCTUBRE 2023

AUTOR:

PATRICIA ALEXANDRA SUMBANA ALDAZ

DIRECTOR(A):

MSg. DANILO VILLAROEL

PARES ACADÉMICOS:

MSg. BLADIMIR GUARNIZO

MSg. LISSETTE ZAMBRANO

GUARANDA- ECUADOR

2024

TEMA DEL PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

COMUNICACIÓN EXTERNA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK PARA DETERMINAR SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DEL GAD PARROQUIAL, PUERTO PECHICHE, CANTÓN PUEBLO VIEJO - LOS RÍOS, PERÍODO ENERO-OCTUBRE 2023

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi querida Universidad Estatal de Bolívar, en especial a los docentes que forman parte de la carrera de Comunicación por toda la enseñanza brindad y también la oportunidad de desarrollar académicamente y de manera profesional a futuro.

Así mismo expresamos nuestra gratitud a la presidenta del GAD de Puerto Pechiche Noemí Arana Muñoz, por su valiosa colaboración, apoyo y por brindar la información necesaria para culminar esta etapa de investigación.

Un reconocimiento a mi tutor de tesis, Mgs Danilo Villarroel, por su apoyo, por incondicional paciencia y dedicación, sus conocimientos han sido esencial para la culminación de este trabajo.

Finalmente extiendo mi gratitud a mis pares académicos a la Mgs, Lissette Zambrano, Mgs Bladimir Guarnizo, quien me guiaron, su constaste apoyo y críticas constructivas a lo largo de este viaje.

Patricia Sumbana Aldaz

DEDICATORIA

Agradecer a Dios por haberme dado la oportunidad de vivir la experiencia universitaria por brindarme la fuerza, sabiduría y conocimiento en cada paso he dado en el camino académico y la vida cotidiana que me enseñó a superar los retos que se ha presentado en mi vida.

A mi padre

Felipe Sumbana gracias por enseñarme el valor del trabajo duro y la perseverancia, por tu ejemplo de dedicación y esfuerzo ha sido una fuente constante de inspiración en mi vida, tu apoyo y confianza en mi han sido fundamental para alcanzar este logro, esta tesis es un reflejo de todo lo que me has enseñado.

A mi madre

María Aldaz gracias por tu amor incondicional y tu infinita paciencia, tus palabras de aliento y tu Fé en mi han dado la fuerza para superar cada obstáculo que se me ha presentado, eres mi mayor inspiración y mi guía en la vida, esta tesis es un testimonio de todo lo que he aprendido de ti.

También agradecer a mi hermana Silvia por siempre estar para mí, por cuidarme, enseñarme, confiar y respetar todos los valores, muchas gracias, a mis otras herman@s por el apoyo y la confianza que han tendido en mí, agradecer a mis amigas que he hecho en la universidad que han estado conmigo en las buenas y malas, nos hemos apoyado mutuamente.

Quiero expresar mi agradecimiento a “E” por su presencia en mi vida, por su apoyo y por hacer que cada momento sea único. Gracias por esta siempre.

Patricia Sumbana Aldaz

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICO

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA COMUNICACIÓN
MODALIDAD PRESENCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

MGS. DANILO VILLAROEL, MGS. LISSETTE ZAMBRANO, MGS. BLADIMIR GUARNIZO, en su orden: Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **"COMUNICACIÓN EXTERNA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK PARA DETERMINAR SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DEL GAD PARROQUIAL, PUERTO PECHICHE, CANTÓN PUEBLO VIEJO - LOS RÍOS, PERÍODO ENERO-OCTUBRE 2023"** desarrollado por la estudiante **Sumbana Aldaz Patricia Alexandra**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumplen con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación.**

Guaranda, septiembre 2024

Mgs. DANILO VILLAROEL
DIRECTOR

Mgs. LISSETTE ZAMBRANO
Par Académico

Mgs. BLADIMIR GUARNIZO
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

Scanned with MOBILE SCANNER

DERECHO DE AUTOR

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DEBOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo Patricia Alexandra Sumbana Aldaz portadora de la Cédula de Identidad No 1251224547 en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **"COMUNICACIÓN EXTERNA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK PARA DETERMINAR SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DEL GAD PARROQUIAL, PUERTO PECHICHE, CANTÓN PUEBLO VIEJO - LOS RÍOS, PERÍODO ENERO-OCTUBRE 2023"** modalidad **presencial**, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservar a mi favor todos los derechos de autora sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

La autora declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Patricia Sumbana Aldaz

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DE CONTENIDO

1 TEMA DEL PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN _____ ii

2 AGRADECIMIENTO _____ iii

3 DEDICATORIA _____ iv

4 CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS _____v

5 DERECHO DE AUTOR _____ vi

ÍNDICE DE CONTENIDO_____ vii

ÍNDICE DE TABLAS _____ ix

ÍNDICE DE FIGURAS/IMÁGENES_____x

INDICE ANEXOS _____ xi

RESUMEN _____ xii

ABSTRACT _____ xiii

INTRODUCCIÓN _____1

CAPÍTULO I_____3

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO _____3

1. Descripción del problema_____3

1.2 Formulación del problema _____4

1.3 Preguntas de Investigación_____5

1.4 Justificación _____5

1.5 Objetivos: General y Específicos _____6

1.5.1 Objetivo General_____6

1.5.2 Objetivos Específicos _____6

1.6 Idea a defender _____6

1.7 Categorización de Variables _____7

CAPÍTULO II _____9

2.2 Antecedentes 9
2.3 Científico 11
2.4 Conceptual 12
2.5 Marco Legal 15
2.6 Marco Referencial 17
CAPÍTULO III 19
MARCO METODOLÓGICO 19
3.1 Tipos de investigación 19
3.2 Enfoque de la investigación 20
3.3 Métodos de investigación 21
3.4 Técnicas e instrumentos de investigación 21
3.5 Procesamiento de la Información 24
CAPÍTULO IV 37
CAPÍTULO V 39
PROPUESTA 39
CONCLUSIONES 48
RECOMENDACIONES 49
BIBLIOGRAFÍA 50
ANEXOS 55

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1-*MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN DE LAS VARIABLES*.....7
TABLA 2- *CLARIDAD DE LA INFORMACIÓN PUBLICADA*.....24
TABLA 3- *RELEVANCIA DE INFORMACIÓN COMPARTIDA POR EL GAD PARROQUIAL*.....25
TABLA 4: *DISEÑO VISUAL DE LAS PUBLICACIONES DEL GAD PARROQUIAL*.....26
TABLA 5: *EL NIVEL DE IMPACTO DE LAS PUBLICACIONES DEL GAD PARROQUIAL*.....27
TABLA 6: *OPINIÓN GENERAL SOBRE LA COMUNICACIÓN DEL GAD*.....28
TABLA 7: *LA REDACCIÓN DE LOS MENSAJES DEL GAD PARROQUIAL EN FACEBOOK*.....29
TABLA 8: *TAN ÚTILES SON LAS PUBLICACIONES DEL GAD*.....30
TABLA 9: *EL GAD PARROQUIAL RESPONDE ADECUADAMENTE A LOS COMENTARIOS*.....31
TABLA 10: *FRECUENTEMENTE INTERACTÚAS CON LAS PUBLICACIONES DEL GAD*.....32
TABLA 11: *LA COMUNICACIÓN DEL GAD PARROQUIAL EN FACEBOOK CONTRIBUYE A FORTALECER LA RELACIÓN*.....33
TABLA 12- *NIVEL DE INTERACCIÓN DEL CONTENIDO*.....41
TABLA 13: *MANTENER UNA LÍNEA GRÁFICA*.....44
TABLA 14: *FOMENTAR LA INTERACCIÓN ACTIVA*.....45
TABLA 15: *PUBLICACIONES PERIÓDICAS Y TÉCNICAS*.....46
TABLA 16: *PRESUPUESTO DE ACTIVIDADES*.....47

ÍNDICE DE
FIGURAS/IMÁGENES

FIGURA 1: UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....*18*

FIGURA 2 GAD PARROQUIAL PUERTO PECHICHE *18*

FIGURA 3: LOGOTIPO *61*

GRÁFICO 1: *CLARIDAD DE LA INFORMACIÓN PUBLICADA*.....24

GRÁFICO 2- *RELEVANCIA DE INFORMACIÓN COMPARTIDA POR EL GAD PARROQUIAL* 25

GRÁFICO 3: *DISEÑO VISUAL DE LAS PUBLICACIONES DEL GAD PARROQUIAL* 26

GRÁFICO 4: *EL NIVEL DE IMPACTO DE LAS PUBLICACIONES DEL GAD PARROQUIAL* 27

GRÁFICO 5: *OPINIÓN GENERAL SOBRE LA COMUNICACIÓN DEL GAD* ..28

GRÁFICO 6: *LA REDACCIÓN DE LOS MENSAJES DEL GAD PARROQUIAL EN FACEBOOK* 29

GRÁFICO 7: *TAN ÚTILES SON LAS PUBLICACIONES DEL GAD* 30

GRÁFICO 8: *EL GAD PARROQUIAL RESPONDE ADECUADAMENTE A LOS COMENTARIOS* 31

GRÁFICO 9: *FRECUENTEMENTE INTERACTÚAS CON LAS PUBLICACIONES DEL GAD* 32

GRÁFICO 10: *LA COMUNICACIÓN DEL GAD PARROQUIAL EN FACEBOOK CONTRIBUYE A FORTALECER LA RELACIÓN* 33

Índice Anexos

ANEXO 1: ÁRBOL DE PROBLEMA *56*
ANEXO 2: ACEPTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN *57*
ANEXO 3: ENTREVISTA A LA PRESIDENTA DEL GAD *61*
ANEXO 4: REVISIONES DE PARES ACADÉMICOS *62*
ANEXO 5: REVISIONES DE PARES ACADÉMICOS *62*
ANEXO 6: REVISIONES CON LOS PARES ACADÉMICOS *63*

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal proponer estrategias de comunicación que permitan al GAD Parroquial Puerto Pechiche mejorar la difusión de sus actividades, incrementar la participación comunitaria y fortalecer la relación entre el gobierno local y los ciudadanos. Para lograr este objetivo, se han definido varios objetivos específicos que incluyen la investigación los tipos de contenido publicados por el GAD Puerto Pechiche en su página de Facebook, la evaluación de la interacción de la comunidad con dichas publicaciones, y la formulación de propuestas estratégica.

La metodología de esta investigación incluye el uso de encuestas y entrevistas para recoger datos cualitativos y cuantitativos que permitan una evaluación detallada de la situación actual y el impacto de las estrategias de comunicación implementadas. Además, se realizarán auditorías de comunicación y análisis demográficos para segmentar adecuadamente la audiencia y asegurar que los mensajes lleguen de manera efectiva a cada grupo.

Los resultados de esta investigación proporcionarán una base sólida para la implementación de un plan de comunicación estratégico, orientado a mejorar la transparencia, la participación y la satisfacción de la comunidad con las actividades del GAD Parroquial Puerto Pechiche. Al final del trabajo, se presentarán conclusiones y recomendaciones específicas basadas en los hallazgos, con el objetivo de guiar al GAD en la mejora continua de su comunicación externa.

Palabras Claves: Estrategias de Comunicación; GAD Parroquial Puerto Pechiche; Participación Comunitaria; Redes Sociales y Transparencia.

ABSTRACT

The main objective of this research work is to propose communication strategies that allow the Puerto Pechiche Parish GAD to improve the dissemination of its activities, increase community participation and strengthen the relationship between the local government and citizens. To achieve this objective, several specific objectives have been defined that include research into the types of content published by the GAD Puerto Pechiche on its Facebook page, the evaluation of the community's interaction with said publications, and the formulation of strategic proposals.

The methodology of this research includes the use of surveys and interviews to collect qualitative and quantitative data, allowing for a detailed assessment of the current situation and the impact of the implemented communication strategies. Additionally, communication audits and demographic analyses will be conducted to adequately segment the audience and ensure that messages effectively reach each group.

The results of this research will provide a solid foundation for the implementation of a strategic communication plan aimed at improving transparency, participation, and community satisfaction with the activities of the GAD Parroquial Puerto Pechiche. At the end of the study, specific conclusions and recommendations based on the findings will be presented, with the goal of guiding the GAD in the continuous improvement of its external communication.

Keywords: Communication Strategies; GAD Parroquial Puerto Pechiche; Community Participation; Social Media; Transparency.

INTRODUCCIÓN

La comunicación efectiva entre los gobiernos locales y las comunidades es fundamental para garantizar una gobernanza transparente, participativa y orientada al servicio de la ciudadanía. En este contexto, el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Parroquial Puerto Pechiche ha identificado la necesidad de fortalecer su estrategia de comunicación externa para mejorar la relación con los habitantes de la parroquia y asegurar que la información relevante llegue de manera clara y oportuna a todos los sectores de la comunidad. Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal proponer estrategias de comunicación que permitan al GAD Parroquial Puerto Pechiche mejorar la difusión de sus actividades, incrementar la participación comunitaria y fortalecer la relación entre el gobierno local y los ciudadanos.

Para alcanzar este objetivo, se han definido varios objetivos específicos. En primer lugar, se busca investigar el contenido y la frecuencia de las publicaciones realizadas por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook durante el período de estudio. Este análisis permitirá entender mejor cómo se está utilizando esta plataforma para comunicar con la comunidad y qué áreas requieren mejora. En segundo lugar, es Medir el nivel de interacción del contenido publicado por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook, evaluando aspectos como likes, cometarios y comparticiones. Esta evaluación será crucial para medir el nivel de compromiso y participación de la comunidad. Finalmente, se propone desarrollar estrategias de comunicación externa basadas en la propuesta de métodos comunicacionales eficaces que permitan la difusión de contenido adecuado y fortalezcan la comunicación externa del GAD.

La metodología de esta investigación incluye el uso de encuestas y entrevistas para recoger datos cualitativos y cuantitativos. Estas herramientas permitirán una evaluación detallada de la situación actual y el impacto de las estrategias de comunicación implementadas. Además, se realizarán auditorías de comunicación y análisis demográficos para segmentar adecuadamente la audiencia y asegurar que los mensajes lleguen de manera efectiva a cada grupo. El proceso metodológico se desarrollará en varias etapas: recopilación de datos mediante

encuestas y entrevistas, análisis de estos datos para identificar patrones y áreas de mejora, desarrollo de estrategias de comunicación adaptadas a las necesidades de la comunidad, e implementación y evaluación continua de dichas estrategias para asegurar su efectividad.

Este trabajo se organiza en varios capítulos que abordan distintos aspectos de la investigación. En el Capítulo 1, el estudio es fundamental para establecer el contexto de la investigación, formulación del problema entre otros más, el Capítulo 2, se presenta el marco teórico que sustenta la investigación, incluyendo una revisión de la literatura relacionada con la comunicación en organizaciones gubernamentales, la importancia de la transparencia y la participación ciudadana, y las mejores prácticas en el uso de redes sociales para la comunicación pública. En el Capítulo 3, se detalla la metodología utilizada, explicando el diseño de las encuestas y entrevistas, el proceso de recopilación de datos y las técnicas de análisis empleadas. El Capítulo 4 se dedica al análisis de resultados, presentando los hallazgos del análisis de las publicaciones del GAD en Facebook y la interacción de la comunidad con dichas publicaciones, así como los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas.

El Capítulo 5 propone un conjunto de estrategias de comunicación basadas en los resultados del análisis. Estas estrategias incluyen la implementación de publicaciones periódicas y temáticas, la creación de contenido visual atractivo, la segmentación de audiencia, describiendo un modelo de evaluación final que utiliza herramientas como el test Likert y el análisis de métricas de redes sociales para medir el impacto de las estrategias implementadas.

Finalmente, presenta las conclusiones del trabajo, basadas en los objetivos específicos, y proporciona recomendaciones concretas para el GAD Parroquial Puerto Pechiche, orientadas a fortalecer su estrategia de comunicación externa y promover una mayor transparencia y participación ciudadana.

A través de un enfoque meticuloso y estructurado, se busca mejorar la calidad de la información proporcionada a la comunidad y fomentar una relación más cercana y participativa con los ciudadanos, asegurando que las actividades del GAD sean claras, relevantes y accesibles para todos los miembros de la comunidad.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1. Descripción del problema

La influencia del tipo de contenido publicado por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook sobre la participación de los habitantes durante el período de enero a octubre de 2023 es una cuestión crucial para entender y mejorar la comunicación externa de esta institución. En un mundo cada vez más digitalizado, las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial para los gobiernos locales, permitiéndoles interactuar con la comunidad de manera más directa y efectiva. Sin embargo, el impacto de estas interacciones depende en gran medida del contenido publicado y de cómo este contenido resuena con los habitantes.

El problema radica en la necesidad de identificar qué tipos de contenido generan una mayor participación y cuáles no logran captar la atención de los usuarios. La participación puede medirse a través de diversos indicadores, como el número de "me gusta", comentarios, y compartidos que recibe cada publicación. Estos indicadores no solo reflejan la visibilidad del contenido, sino también el nivel de compromiso y conexión emocional de la comunidad con las actividades y mensajes del GAD.

Durante el período de estudio, de enero a octubre de 2023, el GAD Parroquial Puerto Pechiche ha publicado una variedad de contenidos en su página de Facebook. Estos contenidos pueden incluir anuncios oficiales, noticias locales, eventos comunitarios, talleres, y programas de capacitación, entre otros. Cada uno

de estos tipos de contenido puede tener un impacto diferente en la audiencia. Por ejemplo, los anuncios oficiales pueden ser informativos, pero quizás no generen tanta interacción como los eventos comunitarios, que pueden motivar a los usuarios a comentar y compartir sus experiencias.

Además, es importante considerar la calidad del contenido publicado. Publicaciones con imágenes de alta calidad, videos bien producidos, y textos claros y atractivos tienden a recibir más atención y generar más participación que aquellas que carecen de estos elementos. La consistencia en la publicación también juega un papel significativo; una página que se actualiza regularmente es más probable que mantenga el interés de su audiencia que una que publica de manera esporádica.

La investigación debe abordar no solo los tipos de contenido, sino también los horarios de publicación y la frecuencia. Determinar si hay momentos específicos del día o de la semana en los que las publicaciones reciben más interacción puede proporcionar información valiosa para optimizar la estrategia de comunicación del GAD. Del mismo modo, evaluar si la frecuencia de las publicaciones influye en la participación puede ayudar a encontrar un equilibrio entre mantener a la audiencia informada y no saturarla con demasiada información.

La descripción del problema se completa con la necesidad de formular estrategias de comunicación basadas en los hallazgos de la investigación. Estas estrategias deben centrarse en mejorar la calidad y relevancia del contenido, así como en fomentar una mayor interacción y participación de los habitantes. Propuestas como la creación de campañas temáticas, la utilización de encuestas y preguntas abiertas para incentivar la conversación, y la promoción de eventos a través de historias y transmisiones en vivo pueden ser efectivas para lograr estos objetivos.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera influye el tipo de contenido publicado por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook, como parte de su estrategia de comunicación externa, en la participación de los habitantes y en la formación de la opinión pública, durante el período de enero-octubre 2023?

1.3 Preguntas de Investigación

- ¿Qué tipo de contenido publica el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook?
- ¿Cómo perciben los habitantes la información difundida por el GAD Parroquial a través de Facebook?
- ¿Qué nivel de interacción y participación tienen los habitantes en las publicaciones del GAD en Facebook?
- ¿Existe una relación entre el tipo de contenido publicado y la opinión pública sobre el GAD Parroquial?

1.4 Justificación

La investigación actual es necesaria para comprender mejor cómo el GAD Parroquial de Puerto Pechiche se comunica con los demás a través de la red social Facebook. La transformación digital en la era actual ha tenido un impacto significativo en todas las esferas de la sociedad, y la participación ciudadana a través de plataformas digitales se ha vuelto esencial para la gobernanza local. Como una de las principales redes sociales, Facebook se ha convertido en un importante medio para que los gobiernos locales y sus comunidades se comuniquen. Este estudio examina cómo la comunicación de GAD en esta plataforma afecta la opinión pública y la participación ciudadana durante el período de enero a octubre 2023.

El objetivo de esta investigación es evaluar cómo la comunicación efectiva en Facebook puede servir no solo como un medio para que los ciudadanos participen, sino también como un medio para garantizar el acceso a la información y promover la transparencia del gobierno. La percepción de la comunidad sobre la transparencia y eficiencia de la administración pública local se ve directamente afectada por la capacidad del GAD Parroquial de Puerto Pechiche para difundir información relevante, decisiones políticas y proyectos a través de Facebook. Se espera evaluar la participación activa de la comunidad y la efectividad de la comunicación externa del GAD mediante el análisis de comentarios, reacciones y

comparticiones.

Este estudio se lleva a cabo para identificar patrones en la respuesta de la comunidad a las iniciativas y comunicados de GAD en Facebook, así como para brindar una comprensión más profunda de cómo la comunicación externa influye en la opinión pública en los lugares donde se lleva a cabo. La observación cuidadosa de los indicadores de participación individual, como la frecuencia de interacción, el tipo de reacción y la propensión a compartir contenido, proporcionará información útil sobre qué aspectos de la comunicación generan mayor implicación. A través de este análisis exhaustivo, se podrán identificar los temas recurrentes y la tonalidad de las respuestas. Esto permitirá al GAD mejorar sus métodos de comunicación y fortalecer sus relaciones con la comunidad.

1.5 Objetivos: General y Específicos

1.5.1 Objetivo General

Evaluar el impacto de la comunicación externa en la red social Facebook en la opinión pública del GAD Parroquial Puerto Pechiche, durante el período de enero a octubre de 2023.

1.5.2 Objetivos Específicos

1. Investigar los tipos de contenido publicados por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook durante el período de estudio
2. Medir el nivel de interacción del contenido publicado por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook
3. Implementar estrategias de comunicación para aumentar las interacciones y el alcance ciudadano.

1.6 Idea a defender

¿La propuesta de estrategia de comunicación externa fortalecerá al GAD Parroquial en su red social Facebook?

1.7 Categorización de Variables

Variable dependiente: Comunicación externa

Variable independiente: Opinión pública

Tabla 1-*Matriz de categorización de las variables*

Variable dependiente	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Comunicación externa	La comunicación externa se refiere al conjunto de acciones informativas que una empresa dirige con el objetivo de reforzar las relaciones con diferentes públicos, ya sea sobre la propia compañía o sobre sus productos o servicios. (Gómez, 2023)	✓ Público ✓ Audiencia ✓ Información	¿Crees qué la comunicación externa del GAD Parroquial en Facebook contribuye a fortalecer la relación entre el gobierno local y la comunidad? ¿Crees qué la comunicación del GAD Parroquial en Facebook contribuye a fortalecer la relación entre el gobierno local y la comunidad?	¿Cómo evaluar la efectividad de las publicaciones en Facebook en términos de participación de la ciudadanía?

Variable dependiente	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Opinión pùblica	La opinión pública, de este modo, se crea a partir de coincidencias extendidas entre la mayoría de las personas. En su desarrollo inciden múltiples factores, teniendo especial relevancia la influencia de los medios de comunicación (Pérez Porto & Gardey, 2020).	✓ Opiniones ✓ Nivel de impacto ✓ Influencia	¿Cuál es tu opinión general sobre la comunicación externa del GAD Parroquial en Facebook? ¿Qué tan frecuente interactúan con las publicaciones del GAD parroquial en Facebook?	¿Cómo evalúan la efectividad de las publicaciones en Facebook en términos de participación y respuesta de la comunidad? ¿Cómo maneja los comentarios y consultas de los ciudadanos en la página de Facebook?

Nota: Roberto Hernández Sampieri, Metodología de la investigación. II Edición y Pérez (2020).
Elaborado o por: Sumbana P.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.2 Antecedentes

Flores Cubillo & Guerrero Chinchay (2020, pág. 12) en su trabajo de titulación denominado: "IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, 2019", quienes manifiestan que el estudio actual examina como las personas perciben la publicidad en redes sociales y su nivel de aceptación. Dado el crecimiento exponencial de las redes sociales y la facilidad de acceso, es crucial comprender las opiniones de las personas sobre el contenido publicado. El propósito principal de esta investigación es determinar la relación entre el uso de redes sociales y el comportamiento del consumidor. Utilizando un enfoque cuantitativo y un alcance correlacional, se llevaron a cabo 402 encuestas para comprender cómo los ciudadanos perciben y se motivan al ver contenido en sus redes sociales. Los resultados clave revelan que las redes sociales impactan en el comportamiento del consumidor, influyendo en sus decisiones de compra. El estudio demostró que las particularidades y tipos de redes sociales influyen de manera positiva en las acciones de los consumidores. Se establece que las empresas están reconociendo cada vez más el valor de las redes sociales como una herramienta de marketing para atraer nuevos clientes, fomentar la interacción y crear comunidades. En última instancia, se recomienda a las empresas centrar sus estrategias de marketing en la creación de contenido valioso, en lugar de simplemente publicar contenido para estar presente en las redes sociales, con el objetivo de comprender a sus clientes y sus necesidades para lograr su fidelización.

En el repositorio de la Universidad Nacional de Chimborazo se encontró una investigación titulada; “REDES SOCIALES E IMAGEN CORPORATIVA: EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE UNIÓN CEMENTERA NACIONAL, 2021” de los autores Zambrano Pontón & Vela Isa (2023, pág. 15) donde expresan que en este estudio se explora el impacto del uso de las redes sociales en la formación de la identidad corporativa de Unión Cementera Nacional en el año 2021. Para llevar a cabo este estudio, se examinaron detalladamente las publicaciones difundidas en las plataformas digitales de la empresa, específicamente en Facebook y LinkedIn. El análisis de contenido se desarrolló de manera teórica, culminando en la creación de matrices individuales para cada red social, lo cual constituyó la parte práctica de la metodología. Además de analizar las publicaciones, se llevó a cabo una entrevista con un especialista en Comunicación Organizacional como parte integral del proceso investigativo. Los resultados revelaron que la mayoría de las publicaciones realizadas a lo largo del año 2021 se compartieron principalmente en Facebook, aunque LinkedIn también tuvo su presencia destacada. La construcción de la imagen corporativa se enfocó principalmente en la primera red social mencionada. Los resultados mostraron la oportunidad de utilizar ambas redes sociales para mejorar la comunicación empresarial. A pesar de esto, se sugiere que la empresa explore otras plataformas para expandir su presencia y elevar su marca a un nivel superior al actual.

Otra investigación que sirvió de aporte para el desarrollo y avance de este trabajo es de los autores (Nieto Lara & Pedreschi Caballero (2021) denominado: "LAS REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA DE MARKETING EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE AGUADULCE, PROVINCIA DE COCLÉ, PANAMÁ" en el cual manifiestan que; en el ámbito del marketing, las redes sociales se han convertido en un poderoso fenómeno comunicativo. Facilitan la interacción entre usuarios, fomentando la confianza y la conexión. El propósito es investigar cómo las pequeñas y medianas empresas de Aguadulce utilizan las redes sociales en sus estrategias comerciales. Se llevó a cabo una investigación que incluyó la revisión de literatura especializada, análisis de sitios web y encuestas a empresas. Los resultados revelaron que las empresas

sugieren utilizar las redes sociales como herramienta de marketing, ya que pueden impulsar las ventas sin costo alguno, alcanzar a un público más amplio y mantener una comunicación directa con los clientes. Se ha determinado que las redes sociales favorecen el progreso de las empresas al impulsar su crecimiento de manera exacta, rápida y al instante, ampliando así la visibilidad de la marca hacia su audiencia objetivo.

2.3 Científico

Estructuralismo

El estructuralismo es una corriente de pensamiento que sugiere abordar el análisis a través de la observación detallada de las configuraciones subyacentes Fernández & Ormaechea (2021) Según los seguidores del estructuralismo, cada objeto o sistema se conforma de una estructura que opera como una unidad donde sus componentes están interconectados, el objetivo del estructuralismo es descubrir las estructuras presentes en el objeto de análisis, sin importar de qué se trate dicho objeto (pág. 57)

A pesar de ello, el estructuralismo no se define como una corriente de pensamiento formal, es decir, una escuela con seguidores específicos. Más bien, se trata de un enfoque de investigación empleada en diversas disciplinas de las ciencias sociales. En la segunda mitad del siglo XX, el estructuralismo se expandió ampliamente y se convirtió en el enfoque predominante para analizar el lenguaje, la cultura y la sociedad (Zapico, 2020)

Según el enfoque estructuralista, el sentido de los elementos se define a partir de su organización interna. Esta organización interna, compuesta por diversos sistemas que funcionan de manera conjunta pero que pueden analizarse de forma individual, es la clave para comprender su significado (Fernández y Ormaechea, 2020). Lo innovador de esta perspectiva no radica en la introducción del concepto de estructura, presente en la reflexión occidental desde sus orígenes, sino en su capacidad para descartar cualquier intento de imponer un orden sobre la realidad.

Cada una de las corrientes estructuralistas defiende la noción de que el universo está conformado por estructuras. La forma en que se disponen estas estructuras es lo que genera el sentido y la importancia de los elementos.

En el ámbito del estructuralismo, se considera que las estructuras son las encargadas de definir la disposición de los elementos en el sistema, permaneciendo ocultas a simple vista (Segundo Espinola, 2024)

El enfoque estructuralista en lingüística, encarnado por Saussure y Jakobson, se dedica al análisis de la lengua como un complejo entramado de signos. Según esta corriente, la lengua se concibe como un sistema colectivo y uniforme, en contraste con el habla, entendida como una expresión individual y diversa que se entrelaza con la lengua (Tonkonoff, 2022). Dentro del ámbito de la antropología, se encuentra el enfoque del estructuralismo antropológico, encarnado por Lévi-Strauss, el cual examina al individuo y a la comunidad como sistemas organizados, las raíces de estos sistemas permanecen en la sombra o por debajo de la superficie, por lo tanto, la labor del antropólogo radica en descubrir los rasgos distintivos de cada sistema (Artigos, 2022).

2.4 Conceptual

2.3.1 Comunicación

La comunicación juega un papel fundamental en la rutina diaria de todas las personas, especialmente al considerarla como un fenómeno que ha existido desde que el ser humano apareció en escena. Los pilares esenciales del acto comunicativo se resumen en emisor, mensaje y receptor, aunque su concepción puede cambiar según las perspectivas teóricas que aborden la comunicación y sus diferentes niveles (Miranda Zavala & Cruz Estrada, 2020).

La esencia de los seres humanos gira en torno a una identificación particular que los define como seres que interactúan en comunidad. Según esta premisa, la interacción es el nacimiento sobre el cual se edifica la estructura social. Aunque pueda parecer enrevesado, al considerar la comunicación como piedra angular, se facilita la creación de la sociedad en sí misma. Asimismo, es crucial destacar que la comunicación posibilita el establecimiento de pautas y normativas en un entorno específico. (Mondragón & de Montes Etxa, 2016)

2.3.2 Comunicación Digital

La era digital, en combinación con los progresos tecnológicos, ha posibilitado a las empresas y entidades explorar nuevos terrenos, donde la comunicación desempeña un papel crucial. Crear entornos digitales que faciliten a las empresas fortalecer sus estrategias de comunicación en el mercado es esencial, de esta forma, las empresas buscan aprovechar al máximo las oportunidades que el mundo digital ofrece para implementarlas en sus distintas áreas de trabajo y alcanzar sus metas como organización (Prol, 202o)

2.3.3 Comunicación externa

La Comunicación Externa es un componente esencial en la vida de cualquier organización, ya sea una empresa, una institución educativa o una agencia gubernamental. Se da el intercambio de información como un proceso entre la organización y su entorno, incluidos clientes, proveedores, competidores y la sociedad en general. En este documento se explorará la importancia de la comunicación externa, sus principales objetivos y estrategias, así como su impacto en la imagen y reputación de una organización. (Bayas, 2024)

2.3.4 Comunicación estratégica

La comunicación estratégica se vincula con las diversas acciones que llevan a cabo las organizaciones y tiene como objetivo principal generar significados a partir de los mensajes transmitidos, los receptores y su interpretación en función de su perspectiva y saberes (Zambrano Pontón, 2024)

La comunicación estratégica implica entender a fondo el entorno comunicativo, creando un punto de unión entre los distintos participantes de la entidad. Se trata de un conjunto de actividades derivadas de un análisis y diseño detallado, donde se definen las acciones a tomar, metas a lograr, recursos a emplear y logros deseados (Lomas Badillo & Yungán Quinte, 2024)

2.3.5 Transformación institucional a través de la comunicación

La comunicación es una dimensión inherente al ser humano, y como tal se presenta en los distintos niveles en que se despliega su acción. En el campo de las organizaciones se toma en cuenta la premisa que señala que al ser entidades compuestas por diferentes elementos se encuentran insertas en dinámica, de esta

forma lo manifestó (Vásconez Merino & Alicia Elizabeth, 2024).

En la actualidad, la comunicación de las personas ha adquirido una centralidad fundamental; la tecnología, las redes sociales y otros fenómenos en los que se articula han cambiado la manera en que las personas conocen y valoran el entorno, incluyendo en ello a las organizaciones. De esta manera, las organizaciones se ven obligadas a adaptarse y modificar también sus formas de comunicarse tanto interna como externamente.

En el contexto de la transformación es fundamental, puesto que permite gestionar adecuadamente el cambio en los colaboradores de la institución, la calidad de la forma y del fondo del proceso comunicativo influye enormemente en cómo los miembros de la organización se ajustan a los cambios y se resisten menos a ellos, permitiendo que la propia organización se adapte adecuadamente (Atencio Ramírez, 2019)

2.3.6 Reputación Corporativa

La reputación es valorada, los directivos de la misma se esfuerzan de gran manera en mantener y defender la reputación con prácticas que, en primer lugar, conformen una identidad única, para luego proyectar a los públicos una serie de imágenes congruentes (Santana, 2021)

2.3.7 Imagen Corporativa

Al hablar de Imagen Corporativa me refiero a aquélla que tienen los públicos acerca de una organización en cuanto entidad como sujeto social. 16 La idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta. Muchos autores utilizan otras expresiones para hacer referencia a lo mismo: imagen global, imagen integral, imagen de marca de la empresa, etc. (Capriotti, 2013).

2.3.8 Redes sociales

Las redes sociales se han convertido en un **componente básico de la estrategia de marketing** de cualquier empresa. Sin embargo, no todas son iguales y elegir las adecuadas puede ser lo que te impulse al éxito en línea (Suarez, 2023).

A lo largo del tiempo, las redes sociales han ido ganando terreno como canales de comunicación en constante expansión. Este avance ha contribuido a que las redes sociales adquieran una mayor relevancia en la sociedad, especialmente en

el ámbito tecnológico y en la representación de la realidad humana. El surgimiento y la creciente popularidad de las redes sociales en la sociedad contemporánea nos permite apreciar cómo los procesos de comunicación en estos entornos virtuales han logrado ser más efectivos gracias a su velocidad y agilidad (Palao Pedrós, 2020).

2.3.9 Facebook

Facebook es un paradigma dentro del conjunto de redes sociales, y también es la red social más popular en el uso empresarial. Su capacidad de alcance es un gran atractivo para las pymes, que buscan negocio y otros objetivos a través de acciones orgánicas y de pago. Estos son los principales usos de Facebook por parte de la empresa (Cámara, 2022)

2.5 Marco Legal

Las leyes en Ecuador que controlan la interacción en línea de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) se sustentan en una serie de reglas que buscan asegurar la transparencia, la salvaguarda de la información personal y la responsabilidad al compartir datos. Este marco legal es esencial para comprender la forma en que el GAD Parroquial de Puerto Pechiche debe manejarse en Facebook y evaluar su influencia en la percepción pública.

Constitución de la República del Ecuador

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. 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.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus

formas y manifestaciones.

Art 84: Garantía de los derechos. Obliga al Estado y sus instituciones a aplicar, de forma directa e inmediata, los derechos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, lo que incluye el acceso a información pública

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC)

La (LOC, 2013) es una normativa fundamental que regula la comunicación social en Ecuador. Su objetivo es fomentar la democratización de la comunicación y garantizar el acceso a la información (art. 3). Esta ley también establece el derecho a la rectificación y respuesta, asegurando la corrección de información errónea (art.10). Asimismo, detalla las responsabilidades de los medios de comunicación, exigiendo la difusión de información precisa y equilibrada (art. 22), y regula la publicidad oficial y los mensajes institucionales para asegurar que la información divulgada sea de interés. público y no tenga multas propagandísticas (art. 31).

La Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP)

La (LOTAIP, 2004) dicta las responsabilidades de las entidades públicas para asegurar la disponibilidad de la información. Las entidades públicas están obligadas a mantener la información sobre su gestión actualizada y fácilmente accesible, incluso a través de medios electrónicos (art. 7). Además, otorga a los ciudadanos el derecho de solicitar y recibir información pública de forma rápida y sin necesidad de justificar su solicitud (pág. art.17)

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)

En Ecuador, los Gobiernos Autónomos Descentralizados KGAD cuentan con normativas específicas que orientan su interacción con el público y el manejo de plataformas digitales. El Código Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD, 2010) garantiza la autonomía de los GAD en el ejercicio de sus funciones y la comunicación con los ciudadanos (art. 4), definiendo las responsabilidades exclusivas de los GAD Parroquiales, como fomentar la participación ciudadana y divulgar información de interés público (art. 54). Muchas

GAD establecen normativas internas que regulan el uso de redes sociales, indicando qué tipo de contenido puede ser compartido, las obligaciones de los administradores de las cuentas y los procedimientos para responder a los comentarios de la ciudadanía. La salvaguarda de la información personal en el ámbito de la comunicación hacia afuera es esencial, sobre todo en plataformas como Facebook. La normativa de Protección de Datos Personales establece los principios para el manejo de información personal, incluyendo la importancia del consentimiento informado y la defensa contra accesos no autorizados. Además, garantiza los derechos de las personas sobre sus datos, como el derecho a acceder, actualizar y corregir su información personal.

2.6 Marco Referencial

Puerto Pechiche es una parroquia situada en el cantón Pueblo Viejo, en la provincia de Los Ríos, Ecuador. Ubicada en la región litoral del país, esta localidad se caracteriza por su clima tropical y su entorno agrícola. La parroquia se encuentra a una altitud media que favorece la producción de diversos cultivos, siendo una zona con una rica tradición agrícola y ganadera. Sus coordenadas geográficas aproximadas son 1.5500° S de latitud y 79.5333° O de longitud, lo que la sitúa en una posición accesible desde los principales centros urbanos de la provincia. Puerto Pechiche se destaca por su comunidad activa y sus esfuerzos en mejorar la infraestructura local y promover el desarrollo sostenible.

Figura 1: *Ubicación Geográfica*



Nota: Imagen extraído de portal; (Maps, 2024)

Investigado por: Sumbana P.

Figura 2 *Gad Parroquial Puerto Pechiche*



Nota: Imagen extraído del portal; (Gad Parroquial Pto Pechiche, 2023)

Investigado por: Sumbana P.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipos de investigación

Para el presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

3.1.1 Exploratoria

La investigación exploratoria es un tipo de investigación que se utiliza para estudiar un problema que no está bien definido. Se realiza para entenderlo mejor.

Normalmente se realiza al inicio de un problema. También se conoce como enfoque de teoría fundamentada o investigación interpretativa. La investigación exploratoria ayuda a crear hipótesis que guían un estudio más detallado del cual se obtienen resultados y conclusiones.

3.1.2 Descriptiva

La investigación descriptiva se enfoca en detallar las características de la población bajo estudio. Se centra en responder al "qué" en lugar del "por qué" del tema investigado. Se centra es describir la composición de un grupo de personas sin profundizar en las causas de un fenómeno específico.

La investigación descriptiva es un enfoque sistemático utilizado por los investigadores para recopilar, analizar y presentar datos sobre fenómenos de la vida real con el fin de describirlos en su contexto natural. Su objetivo principal es describir lo que existe, basándose en observaciones empíricas (Stewart, s.f.).

3.1.3 Mixta

La investigación mixta es una forma de investigar que combina datos cuantitativos y cualitativos. Se utiliza para obtener una comprensión más completa de un problema de investigación que no se lograría con un solo tipo de investigación.

Los datos cuantitativos son información con respuestas cerradas, como escalas de puntuación, utilizadas para medir actitudes. Se analizan estadísticamente para responder preguntas de investigación o probar hipótesis. Por otro lado, los datos cualitativos son información abierta recopilada a través de entrevistas, grupos de discusión y observaciones. Se analizan separándolos por categorías para comprender la diversidad de ideas recopiladas. Al combinar datos cuantitativos y cualitativos en una investigación mixta, el investigador obtiene una comprensión más amplia y profunda, compensando las debilidades de cada enfoque por separado.

3.2 Enfoque de la investigación

3.2.1 Enfoque cualitativo

La aplicación de un enfoque cualitativo en esta investigación permitirá capturar la complejidad y la riqueza de las experiencias individuales y colectivas en relación con la comunicación del GAD Parroquial en Facebook.

La **investigación cualitativa** se utiliza para entender cómo las personas experimentan el mundo. Para comprender o explicar el comportamiento, las motivaciones y características de personas de un grupo objetivo, los investigadores optan por la investigación cualitativa (QuestionPro, s.f.).

3.2.2 Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo va a permitir a medir y cuantificar de manera objetiva a los indicadores de aceptación a través de los datos numéricos, asid dan uso de técnicas estadísticas para analizar datos y obtener resultados precisos.

La investigación cualitativa asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos. El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados

subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas (Mata Solis, 2019).

3.3 Métodos de investigación

3.3.1 Método inductivo

El método inductivo es una forma de investigación que comienza con observaciones detalladas para llegar a conclusiones más amplias. En este método, se recolectan datos y se analizan para encontrar patrones o tendencias que luego se aplican como principios o teorías. Es un proceso que va de lo específico a lo general y se emplea principalmente en las ciencias sociales y naturales.

3.3.2 Método deductivo

A diferencia de la forma inductiva de razón, el método deductivo comienza con ideas generales o principios aceptados para llegar a conclusiones específicas. En este método, se utiliza la lógica para deducir resultados específicos a partir de principios más amplios. Se aplica en áreas como la lógica, las matemáticas, la filosofía y la investigación científica, y consiste en ir de lo general a lo particular.

3.4 Técnicas e instrumentos de investigación

Las formas y herramientas de investigación son los diferentes métodos y herramientas que se usan para obtener datos en un estudio. Estas formas pueden ser encuestas, entrevistas, observaciones, análisis de documentos, experimentos, entre otros. Los instrumentos son los dispositivos específicos que se usan para realizar estas formas, como cuestionarios, escalas de medición, grabadoras, software de análisis estadístico, entre otros. La selección de las formas e instrumentos correctos depende del tipo de estudio y de los objetivos de investigación.

3.4.1 Encuesta

Es una forma de investigación que consiste en obtener información a través de preguntas estructuradas. Estas preguntas pueden ser de dos tipos: cerradas, con opciones de respuesta predefinidas, o abiertas, donde las personas encuestadas pueden responder en sus propias palabras. Las encuestas se usan para recopilar

datos sobre opiniones, actitudes, comportamientos o características de un grupo representativo de la población. Se pueden realizar en persona, por teléfono, por correo electrónico o en línea, y son útiles para obtener datos numéricos que se pueden analizar estadísticamente.

3.4.2 Entrevista

Es cuando una persona hace preguntas a otra para aprender sobre un tema específico. Hay diferentes tipos de entrevistas: estructuradas (con preguntas planadas), semiestructuradas (con preguntas guía flexibles) y no estructuradas (conversación libre). Las entrevistas son útiles para entender experiencias, opiniones y emociones de las personas en detalle. Se utilizan en investigaciones cualitativas para obtener información descriptiva y comprensiva.

3.5 Población y Muestra

3.5.1 Población

La población utilizada para el presente proyecto corresponde al número de habitantes consolidado en 5 221 y un total de 1.000 seguidores en la página de la red social Facebook.

Muestra de la población

Formula

$$n = \frac{m}{e^2 * (M-1) + 1}$$

Donde:

M: representa la población seleccionada para el estudio

N: Tamaño de población

E: Margen de error del 5%.

$$n = \frac{5221}{(0.05)^2 * (5221-1) + 1}$$

$$n = \frac{5221}{0.0025 * 5220 + 1}$$

$$n = \frac{5221}{14.05}$$

n =371 habitantes para la muestra

3.5 Procesamiento de la Información

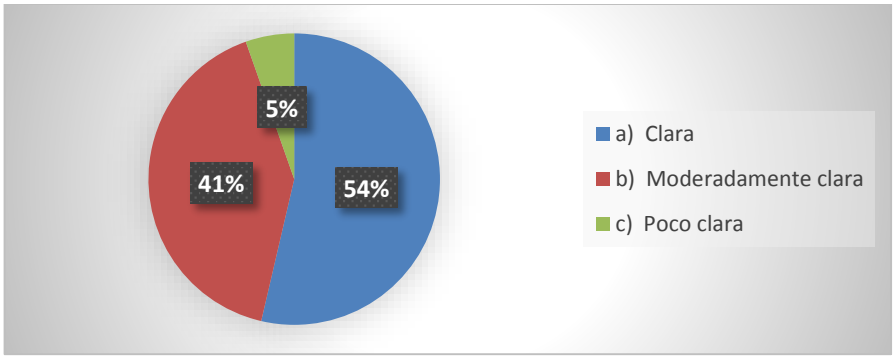
Cuestionario sobre la Comunicación Externa en Facebook del GAD Parroquial Puerto Pechiche:

Tabla 2- *Claridad de la información publicada*

1. ¿Cómo calificaría la claridad de la información publicada por el GAD Parroquial en su página de Facebook?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Clara	199	54%
b) Moderadamente clara	152	41%
c) Poco clara	20	5%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P.

Gráfico 1: *Claridad de la información publicada*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P.

Análisis e Interpretación

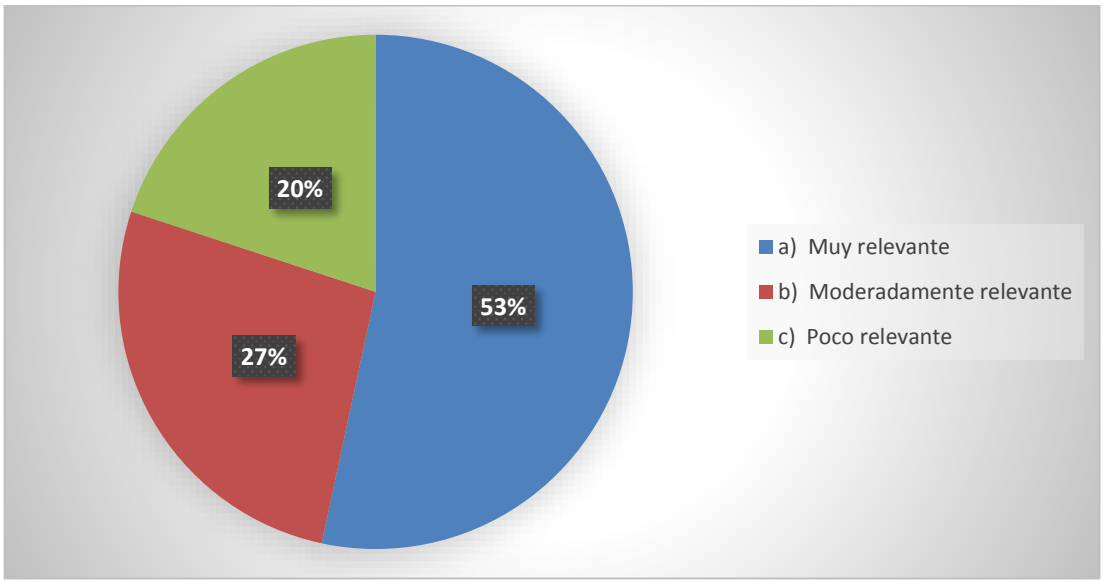
El 54% dice que la información es clara, 41% menciona que es modernamente clara y un 5% poco clara la información publicada por el Gad Parroquial Puerto Pechiche. Sn embargo algunos usuarios indica que la información es clara en las publicaciones en la página de Facebook del Gad Parroquial Puerto Pechiche, fortaleciendo la identidad del Gad.

Tabla 3- *Relevancia de información compartida por el GAD Parroquial*

2. ¿Qué tan relevante consideras que es la información compartida por el GAD Parroquial en su página de Facebook	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Muy relevante	198	53%
b) Moderadamente relevante	99	27%
c) Poco relevante	74	20%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P.

Gráfico 2- *Relevancia de información compartida por el GAD Parroquial*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P.

Análisis e Interpretación

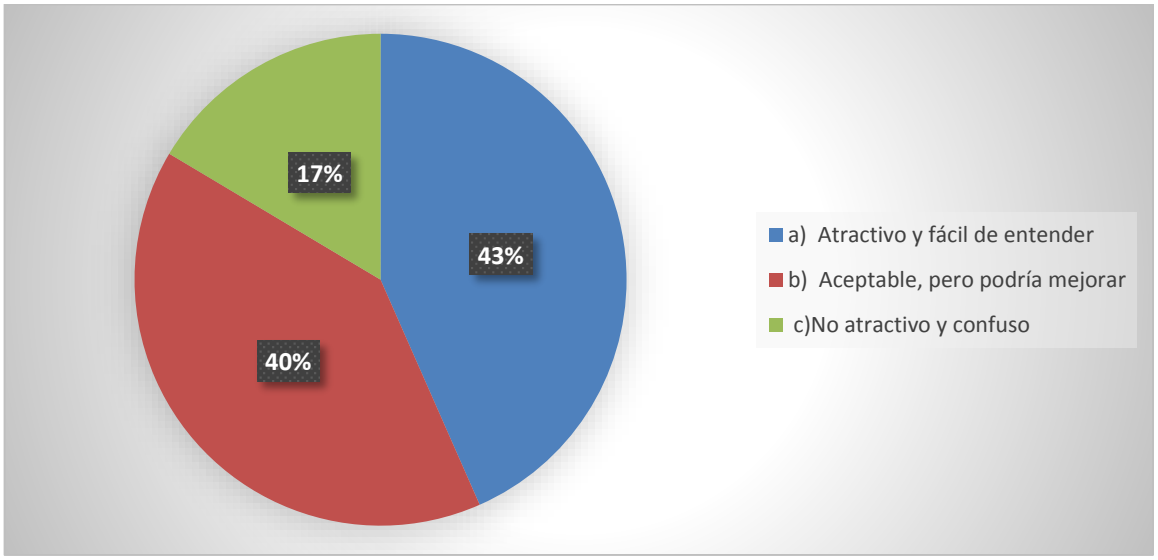
Los datos indican 53% de los encuestados considera que la información del GAD en Facebook es muy relevante, mientras que un 27% la encuentra moderadamente relevante y un 20% la percibe como poco relevante. Aunque la mayoría valora positivamente el contenido, existe una oportunidad de mejorar y diversificar la comunicación para satisfacer mejor a toda la audiencia

Tabla 4: *Diseño visual de las publicaciones del GAD Parroquial*

3. ¿Qué opinas sobre el diseño visual de las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Atractivo y fácil de entender	161	43%
b) Aceptable, pero podría mejorar	149	40%
c)No atractivo y confuso	61	16%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Gráfico 3: *Diseño visual de las publicaciones del GAD Parroquial*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Análisis e Interpretación

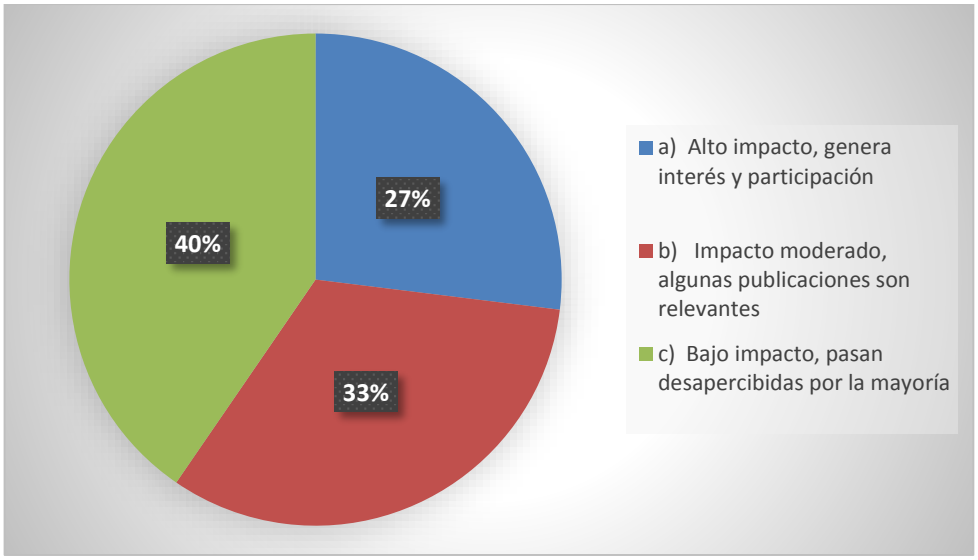
Con base a los datos recopilado, se observa que la mayoría de los encuestados (43%) atractivo y fácil de entender, (40%) lo ve aceptable, pero podría mejorar, lo que sugiere áreas de oportunidad en la presentación gráfica. Un (16%) lo percibe como no atractivo y confuso, indicando la necesidad de ajustes para mejorar la claridad y el impacto visual de las publicaciones. Aunque la mayoría está satisfecha, existe margen para mejorar el diseño.

Tabla 5: *El nivel de impacto de las publicaciones del GAD Parroquial*

4. ¿Cómo describiría el nivel de impacto de las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook en la comunidad?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Alto impacto, genera interés y participación	100	27%
b) Impacto moderado, algunas publicaciones son relevantes	121	33%
c) Bajo impacto, pasan desapercibidas por la mayoría	150	40%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Gráfico 4: *El nivel de impacto de las publicaciones del GAD Parroquial*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

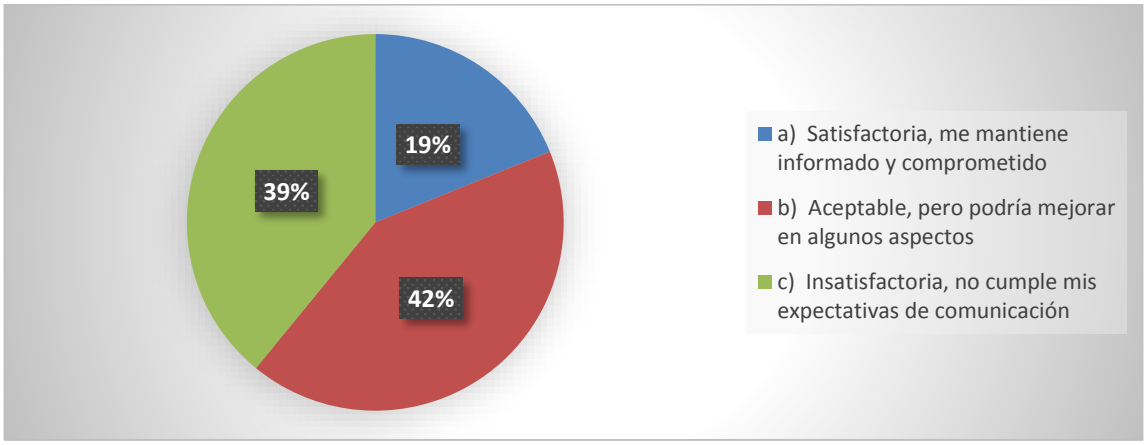
Análisis e Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos, el 40% opina que el impacto de las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook es bajo, ya que pasan desapercibidas por la mayoría de la comunidad. Un 33% considera que el impacto es moderado, indicando que algunas publicaciones son relevantes, pero no consistentemente. Solo el 27% percibe un alto impacto, sugiriendo que generan interés y participación. Estos resultados indican que, para mejorar la visibilidad y el impacto del contenido, el GAD debería optimizar sus estrategias de comunicación, abordando temas más relevantes y captando mejor la atención de la audiencia.

Tabla 6: *Opinión general sobre la comunicación del GAD*

5. ¿Cuál es tu opinión general sobre la comunicación del GAD Parroquial en Facebook?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Satisfactoria, me mantiene informado y comprometido	70	19%
b) Aceptable, pero podría mejorar en algunos aspectos	156	42%
c) Insatisfactoria, no cumple mis expectativas de comunicación	145	39%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Gráfico 5: *Opinión general sobre la comunicación del GAD*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Análisis e Interpretación

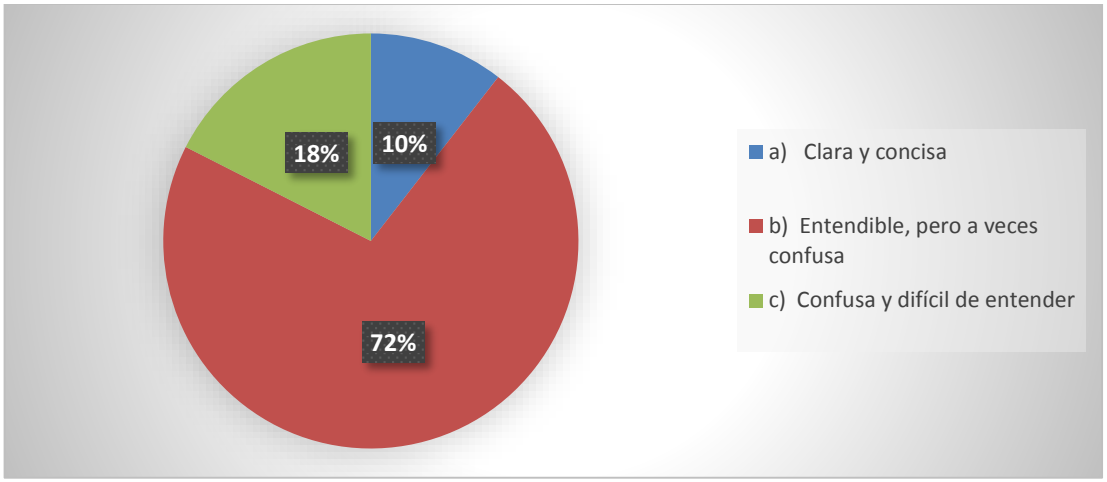
De acuerdo con los resultados obtenidos, el 42% opina que la comunicación del GAD Parroquial en Facebook es satisfactoria, me mantiene informando y comprometido, 39% aceptable, pero podría mejorar en algunos aspectos, y no cumple con sus expectativas de comunicación, Solo el 19% insatisfechos, no cumple con mis expectativas de comunicación. Estos resultados indican la necesidad de realizar mejoras significativas para lograr una comunicación más efectiva y que cumpla con las expectativas de la comunidad.

Tabla 7: *La redacción de los mensajes del GAD Parroquial en Facebook*

6. ¿Cómo evaluaría la redacción de los mensajes del GAD Parroquial en Facebook?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Clara y concisa	39	10%
b) Entendible, pero a veces confusa	267	72%
c) Confusa y difícil de entender	65	18%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Gráfico 6: *La redacción de los mensajes del GAD Parroquial en Facebook*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

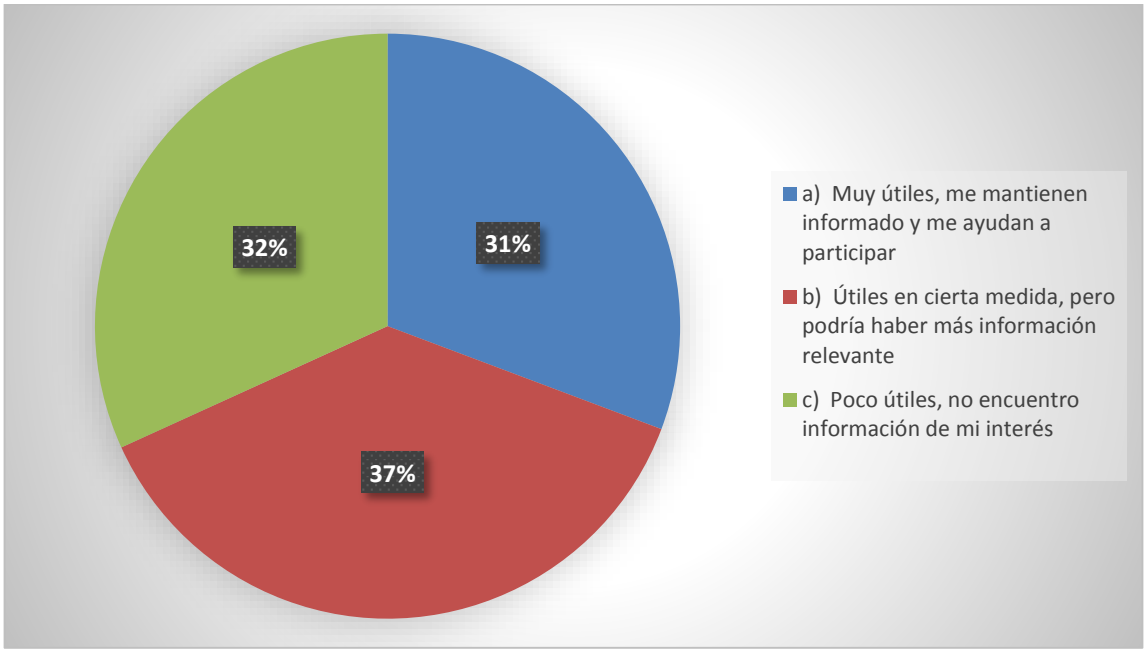
Análisis e Interpretación

Los resultados muestras nos muestran que el 72% es entendible, pero a veces confusa, 18% indica confusa y difícil de entender, 10% clara y concisa acerca de la información y el mensaje proporcionado por el GAD Parroquial Puerto Pechiche. Indica que el GAD Parroquial Puerto Pechiche la necesidad urgente de mejorar la redacción para garantizar que los mensajes sean más claros y comprensibles para toda la audiencia.

Tabla 8: *Tan útiles son las publicaciones del GAD*

7. ¿Qué tan útiles son las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook para ti como ciudadano?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Muy útiles, me mantienen informado y me ayudan a participar	114	31%
b) Útiles en cierta medida, pero podría haber más información relevante	139	37%
c) Poco útiles, no encuentro información de mi interés	118	32%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P
Gráfico 7: *Tan útiles son las publicaciones del GAD*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

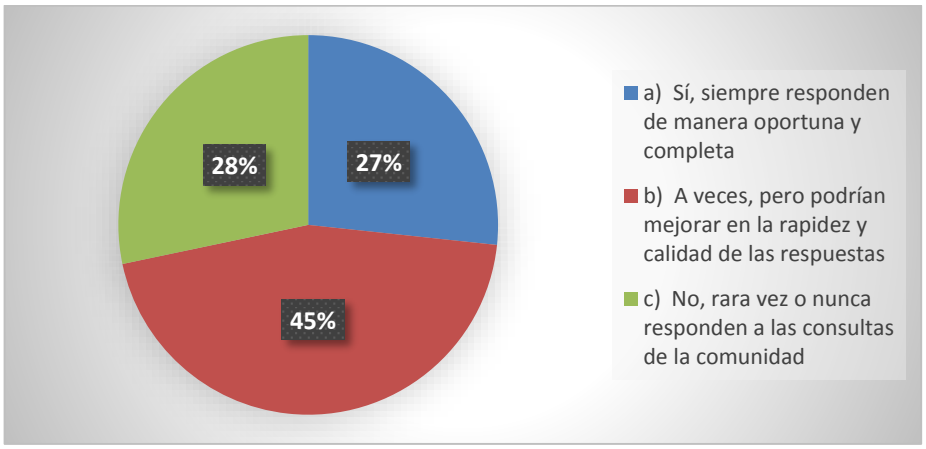
Análisis e Interpretación.

Con los datos recopilados podemos observar que el 37% de los encuestados considera que las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook son útiles en cierta medida, 32% las encuentra poco útiles, señalando que no encuentran información de su interés, 31% opina que son muy útiles, ya que los mantiene informados y les ayuda a participar. Estos datos resaltan la importancia de mejorar las publicaciones, es necesario mejorar la relevancia y el contenido para aumentar la utilidad general de las publicaciones para todos los ciudadanos.

Tabla 9: *El GAD Parroquial responde adecuadamente a los comentarios*

8. ¿Considera que el GAD Parroquial responde adecuadamente a los comentarios y consultas de la comunidad en su página de Facebook?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Sí, siempre responden de manera oportuna y completa	99	27%
b) A veces, pero podrían mejorar en la rapidez y calidad de las respuestas	167	45%
c) No, rara vez o nunca responden a las consultas de la comunidad	105	28%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P
Gráfico 8: *El GAD Parroquial responde adecuadamente a los comentarios*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Análisis e Interpretación

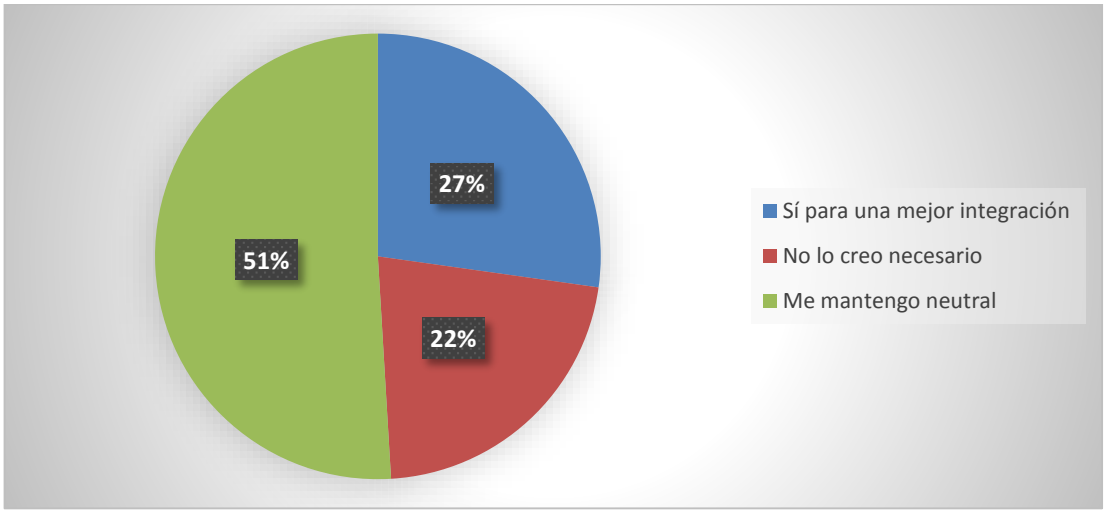
El 45% de los encuestados considera que el GAD Parroquial responde a los comentarios y consultas de la comunidad en su página de Facebook a veces, pero podría mejorar en la rapidez y calidad de las respuestas, un 28% opina que el GAD rara vez o nunca responde a las consultas, lo que indica una deficiencia significativa en la interacción con la comunidad. Solo el 27% cree que el GAD siempre responde de manera oportuna y completa. Estos resultados destacan la necesidad de mejorar la eficacia y consistencia en la respuesta a los comentarios y consultas para fortalecer la comunicación y el compromiso con la comunidad.

Tabla 10: *Frecuentemente interactúas con las publicaciones del GAD*

9. ¿Qué tan frecuentemente interactúas con las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí para una mejor integración	101	27%
No lo creo necesario	81	22%
Me mantengo neutral	189	51%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Gráfico 9: *Frecuentemente interactúas con las publicaciones del GAD*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Análisis e Interpretación

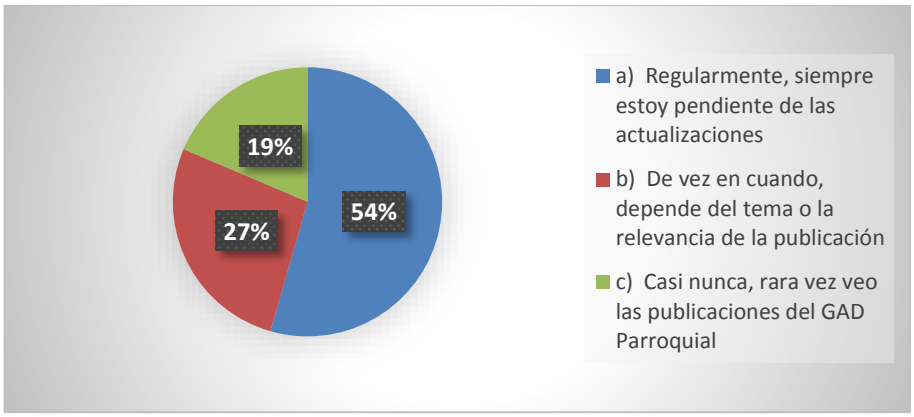
Con base a los encuestados el 51% de los encuestados se mantiene neutral en cuanto a la interacción con las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook, lo que indica una falta de participación activa en la plataforma, 27% afirma que interactúa para una mejor integración, mientras que el 22% considera que no lo cree necesario interactuar con las publicaciones, lo que refleja una percepción de que la participación en estas publicaciones no aporta valor significativo. Los datos sugieren que el GAD debe abordar la falta de interacción activa y motivar a la comunidad a participar más para mejorar la efectividad y el impacto de sus comunicaciones en Facebook.

Tabla 11: *La comunicación del GAD Parroquial en Facebook contribuye a fortalecer la relación*

10. ¿Cree que la comunicación del GAD Parroquial en Facebook contribuye a fortalecer la relación entre el gobierno local y la comunidad?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Regularmente, siempre estoy pendiente de las actualizaciones	202	54%
b) De vez en cuando, depende del tema o la relevancia de la publicación	100	27%
c) Casi nunca, rara vez veo las publicaciones del GAD Parroquial	69	19%
Total	371	100%

Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Gráfico 10: *La comunicación del GAD Parroquial en Facebook contribuye a fortalecer la relación*



Nota: Encuesta aplicada al GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Junio 2024
Elaborado por: Sumbana P

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos el 54% de los encuestados siente que la comunicación del GAD Parroquial en Facebook contribuye a fortalecer la relación con la comunidad regularmente, ya que están siempre pendientes de las actualizaciones, un 27% cree que esto ocurre de vez en cuando, según la relevancia del tema, solo el 19% opina que casi nunca contribuye, ya que rara vez ve las publicaciones. Estos datos sugieren que, aunque muchos ven un valor en las publicaciones, es necesario mejorar su calidad y relevancia para involucrar a más personas.

3.6 Entrevista al Encargado de las Publicaciones en la Página del GAD Parroquial Puerto Pechiche:

1. ¿Cuál es su rol y responsabilidad en el GAD Parroquial Puerto Pechiche en relación con las publicaciones en la página de Facebook?

Como presidenta del GAD Parroquial Puerto Pechiche, mi rol y responsabilidad en relación con las publicaciones en la página de Facebook incluyen supervisar y aprobar el contenido que se comparte, asegurando que sea informativo, relevante y alineado con los objetivos de la parroquia. Además, coordino con los chicos que me ayudan a mantener una presencia activa y coherente en la red social, fomentando la participación y el compromiso de los habitantes, y utilizando esta plataforma para comunicar eventos, programas y noticias importantes que beneficien a la comunidad

2. ¿Qué criterios o lineamientos siguen para decidir qué contenido se publica en la página de Facebook del GAD Parroquial?

seguimos criterios, específicos para decidir qué contenido se publica en nuestra página de Facebook. Primero, nos aseguramos de que el contenido sea relevante para nuestra comunidad y aborde temas de interés local y eventos importantes. También priorizamos la transparencia y claridad, proporcionando información precisa y útil. Para fomentar la participación ciudadana y utilizamos imágenes y videos para captar la atención.

3. ¿Cómo evalúan la efectividad de las publicaciones en Facebook en términos de participación y respuesta de la comunidad?

Evaluamos la efectividad a través del análisis de la participación (como comentarios, compartidos y reacciones) y la respuesta directa de la comunidad a nuestras publicaciones. Utilizamos estas métricas para ajustar nuestras estrategias de comunicación.

4. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan al gestionar la comunicación en la página de Facebook del GAD Parroquial?

Los principales desafíos incluyen asegurar la claridad y relevancia de la información, así como manejar eficazmente los comentarios y consultas de los

ciudadanos. También enfrentamos el desafío de mejorar constantemente la calidad visual y el impacto de nuestras publicaciones.

5. ¿Qué medidas están tomando para mejorar la comunicación en Facebook y fortalecer la relación con la comunidad?

Estamos implementando medidas para mejorar la claridad y la relevancia de nuestras publicaciones, así como para aumentar la interactividad y participación. Además, buscamos fortalecer la comunicación bidireccional, respondiendo de manera oportuna y efectiva a los comentarios y consultas de los ciudadanos.

6. ¿Cómo manejan los comentarios y consultas de los ciudadanos en la página de Facebook?

Manejamos los comentarios y consultas de manera proactiva y receptiva. Respondemos de manera oportuna y completa, asegurando abordar las inquietudes y preguntas de los ciudadanos de manera que fortalezca la confianza y la relación con la comunidad.

Análisis e Interpretación

En relación con las publicaciones en la página de Facebook del GAD Parroquial Puerto Pechiche, el responsable principal tiene el rol de gestionar y coordinar el contenido. Esto implica seleccionar y redactar publicaciones que cumplan con estándares de claridad y relevancia comunitaria. Los criterios para decidir qué contenido se publica priorizan su importancia para la comunidad y su impacto esperado en la participación ciudadana. La efectividad de las publicaciones se evalúa mediante el análisis de la participación y respuesta de la comunidad, utilizando métricas como comentarios, compartidos y reacciones para ajustar las estrategias de comunicación.

Entre los desafíos principales de la gestión de comunicación en Facebook se encuentran garantizar la claridad y relevancia de la información, así como manejar efectivamente los comentarios y consultas ciudadanas. Para abordar estos desafíos, se están implementando medidas para mejorar la calidad y relevancia de las publicaciones, aumentar la interactividad y fortalecer la comunicación bidireccional. Los comentarios y consultas de los ciudadanos se manejan de manera proactiva y receptiva, asegurando respuestas oportunas y completas que fortalezcan la confianza y la relación con la comunidad.

CAPÍTULO IV

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

La comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Parroquial a través de su página en la red social Facebook revela tanto fortalezas como áreas de mejora significativas. En términos de claridad, la mayoría de los encuestados percibe la información como clara o moderadamente clara, lo cual proporciona una base sólida inicial para la comunicación digital. Sin embargo, un pequeño porcentaje considera que la información carece de claridad, señalando la necesidad de mejorar la comprensión uniforme entre todos los usuarios.

En cuanto a la relevancia y utilidad del contenido publicado, aunque la mayoría lo encuentra útil, una proporción significativa opina que no es lo suficientemente relevante para sus intereses específicos. Esto indica la oportunidad de ajustar el contenido para mejor satisfacer las diversas necesidades de la comunidad y mejorar la percepción general de la utilidad de las publicaciones.

El impacto de las publicaciones también es un punto crucial. Mientras algunos usuarios encuentran que generan interés y participación, un número considerable siente que las publicaciones tienen un impacto limitado y pasan desapercibidas. Mejorar la estrategia para aumentar el impacto y la relevancia podría contribuir a captar mayor atención y participación de la comunidad.

La gestión de comentarios y consultas recibe una percepción generalmente positiva, aunque existen áreas donde las respuestas podrían mejorar en términos de rapidez y calidad. Esto es esencial para mantener una comunicación efectiva y fortalecer la confianza y la relación con la comunidad.

También, el diseño visual de las publicaciones juega un papel crucial en la efectividad general de la comunicación. Aunque muchos encuentran el diseño atractivo, existen opiniones variadas sobre su efectividad. Mejorar el diseño visual podría hacer las publicaciones más atractivas y efectivas para captar la atención de

manera más impactante.

Discusión del resultado

La evaluación de la comunicación del GAD Parroquial Puerto Pechiche en Facebook muestra que, aunque la mayoría de los usuarios encuentra la información clara y relevante, existe un margen significativo para mejorar en varios aspectos. La claridad de la información es aceptable, pero un 5% de los usuarios considera que es poco clara, lo que sugiere la necesidad de estandarizar y simplificar los mensajes. A pesar de que el 53% encuentra el contenido muy relevante, un 20% lo considera poco relevante, indicando que el GAD debería ajustar el contenido para mejor adaptarse a los intereses específicos de la comunidad.

El diseño visual es generalmente bien recibido, pero un 16% lo encuentra confuso, y el impacto de las publicaciones varía, con un 40% sintiendo que las publicaciones pasan desapercibidas.

Además, la respuesta a comentarios y consultas muestra áreas de mejora, con el 45% opinando que la rapidez y calidad de las respuestas podrían mejorar. La frecuencia de interacción con las publicaciones es baja para una parte considerable de los usuarios, y aunque el 54% siente que la comunicación contribuye a fortalecer la relación con la comunidad, un 19% casi nunca ve las publicaciones del GAD. En general, el GAD Parroquial debe enfocar esfuerzos en mejorar la claridad, relevancia, diseño y gestión de interacciones para fortalecer su comunicación y aumentar la participación de la comunidad.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Tema: Propuesta de estrategias

5.1 Antecedentes

Puerto Pechiche es una parroquia rural del cantón Pueblo Viejo, ubicado en la provincia de Los Ríos, Ecuador. Su nombre deriva de la palabra "pechiche", que es una especie de planta de la región. Esta zona se caracteriza por su actividad agrícola, principalmente en cultivos como el cacao, plátano, yuca, entre otros productos tropicales.

Históricamente, Puerto Pechiche ha sido un lugar de tradición agrícola y pesquera. La comunidad ha desarrollado una economía basada en la agricultura familiar y la pesca artesanal, siendo el río uno de los recursos naturales más importantes para su sustento.

En términos administrativos, Puerto Pechiche forma parte del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Parroquial de Pueblo Viejo, que gestiona los servicios y el desarrollo local en colaboración con las autoridades municipales y provinciales.

La historia de Puerto Pechiche está íntimamente ligada a su desarrollo como una comunidad rural con un fuerte arraigo cultural y un entorno natural diverso que ofrece recursos económicos importantes para sus habitantes.

5.2 Investigación de las publicaciones

El objetivo de investigar los tipos de contenido publicados por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook es informativo tales como: publicaciones sobre noticias, anuncios importantes para la comunidad, anuncios de próximos eventos, anuncios de servicios públicos y actualizaciones de proyectos, es comprender cómo diferentes tipos de publicaciones influyen en la interacción de los seguidores. Este análisis permite identificar patrones en las reacciones de la audiencia, tales como likes, comentarios y compartidos, proporcionando una base para mejorar las estrategias de comunicación y aumentar el impacto en la opinión pública.

Durante el período de estudio, se observó que los meses con un mayor número de publicaciones tendían a generar más likes. Por ejemplo, en julio y agosto, donde se realizaron 15 publicaciones cada mes, se registraron 375 y 390 likes, respectivamente. Este incremento en reaciones sugiere que una mayor frecuencia de publicaciones puede estar correlacionada con una mayor interacción de la audiencia. Por otro lado, meses con menos publicaciones, como octubre con solo 5 publicaciones, mostraron una menor cantidad de reacciones (184), aunque compensaron con un alto número de comentarios (60).

Los comentarios reflejan un aspecto más cualitativo de la interacción, indicando el nivel de interés y debate que generan las publicaciones. Octubre destacó con la mayor cantidad de comentarios (60), a pesar de tener menos publicaciones. Esto sugiere que el contenido de ese mes fue particularmente efectivo en fomentar la participación activa de los seguidores. Otros meses con un número significativo de comentarios, como mayo y agosto con 40 cada uno, también indican que el tipo de contenido publicado en estos períodos resonó con la audiencia.

Los compartidos son un indicador clave del valor percibido del contenido, ya que reflejan la disposición de los seguidores a difundir la información. Septiembre y junio, con 34 y 30 compartidos respectivamente, se destacaron en este aspecto, sugiriendo que las publicaciones de estos meses fueron vistas como valiosas o interesantes. En contraste, febrero tuvo la menor cantidad de compartidos (10), lo que indica que el contenido de ese mes no generó un fuerte impulso para ser difundido.

Así también, investigar los tipos de contenido publicados por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook durante el período de estudio proporciona valiosos insights sobre cómo diferentes tipos de publicaciones afectan la interacción de la audiencia. Los resultados subrayan la importancia de mantener una frecuencia constante de publicaciones y diversificar el contenido para maximizar el engagement. Este conocimiento permite al GAD Parroquial ajustar sus estrategias de comunicación para mejorar su alcance y fortalecer su impacto en la opinión pública.

5.3 Publicaciones en el Gad

Tabla 12- *Nivel de interacción del contenido*

Objetivo	**Medir el nivel de interacción del contenido publicado por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook**			
Actividades		Reacciones		
Publicaciones	mes	Likes	Comentarios	Compartidos
10	febrero	200	20	10
12	Marzo	264	30	11
12	Abril	300	15	15
10	Mayo	180	40	28
10	Junio	250	39	30
15	Julio	375	30	33
15	Agosto	390	40	22
12	Septiembre	250	44	34
5	Octubre	184	60	28
		Total:		
101	Febrero- octubre	2,393	318	211

Nota: Medir el nivel de interacción del GAD Parroquial Puerto Pechiche/ Julio2024
Elaborado por: Sumbana P.

5.3.1 Análisis

El presente análisis se enfoca en medir el nivel de interacción del contenido publicado por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook durante el período comprendido entre febrero y octubre de 2023. Se evaluaron las publicaciones realizadas cada mes en términos de likes, comentarios y compartidos para identificar patrones y tendencias que puedan orientar futuras estrategias de comunicación. Los datos recopilados muestran variaciones significativas en el nivel de interacción mensual, lo que proporciona una visión clara de cómo responde la audiencia a diferentes tipos y volúmenes de contenido.

En términos de reacciones, el análisis reveló que el promedio mensual fue de aproximadamente 265.44 likes. Agosto fue el mes con mayor cantidad de likes, alcanzando los 390, mientras que mayo registró la menor cantidad, con 180 likes. Esta variación sugiere que ciertos contenidos publicados en agosto tuvieron un atractivo particular para la audiencia, posiblemente debido a la relevancia o el interés generado por las publicaciones de ese mes. En contraste, el menor número de likes en mayo indica una menor conexión con el contenido publicado durante ese período.

Respecto a los comentarios, el promedio mensual fue de aproximadamente 35.33 comentarios. Octubre destacó como el mes con mayor cantidad de comentarios, alcanzando los 60, lo que sugiere que las publicaciones de ese mes generaron un alto nivel de impacto y de debate e interés entre los seguidores. Por otro lado, abril fue el mes con menor cantidad de comentarios, con solo 15, lo que indica una menor respuesta verbal de la audiencia a las publicaciones de ese mes. Esta diferencia en la cantidad de comentarios puede estar relacionada con la naturaleza del contenido y su capacidad para incitar a la participación activa.

En cuanto a los compartidos, el promedio mensual fue de aproximadamente 23.44 compartidos. Septiembre fue el mes con mayor cantidad de compartidos, alcanzando los 34, lo que indica que las publicaciones de ese mes fueron percibidas como valiosas o interesantes, motivando a los seguidores a compartirlas con sus redes.

En contraste, febrero tuvo la menor cantidad de compartidos, con solo 10, sugiriendo que el contenido publicado en ese mes no generó un fuerte impulso para ser difundido. Este análisis subraya la importancia de crear contenido que no solo informe, sino que también motive a la audiencia a compartirlo, ampliando así su alcance.

En terminación, el análisis de las interacciones en la página de Facebook del GAD Parroquial Puerto Pechiche muestra que un mayor número de publicaciones está correlacionado con un aumento en las interacciones, especialmente en términos de likes y compartidos. Además, los contenidos que generan más comentarios son cruciales para fomentar una participación activa de la audiencia. Por lo tanto, se recomienda mantener un ritmo constante de publicaciones y enfocarse en crear contenido que no solo informe, sino que también genere debate y sea compartido por los seguidores. Este enfoque contribuirá a mejorar la interacción y el alcance del GAD en Facebook, fortaleciendo su comunicación externa y su impacto en la opinión pública.

Estrategia 1

Esta planificación estructurada asegura que la estrategia de mantener una línea gráfica consistente sea implementada de manera efectiva y gestionada a lo largo del año 2023, fortaleciendo la identidad visual del GAD Parroquial Puerto Pechiche en sus comunicaciones en Facebook.

Tabla 13: *Mantener una línea gráfica*

Estrategia	**1. Mantener una línea gráfica consistente para asegurar una identidad visual uniforme y reconocible**		
Actividad	**Responsable**	**Tiempo**	**Recurso**
Establecimiento de directrices de diseño	Equipo de comunicación	enero	Experto en diseño, herramienta de diseño grafico
Creación de plantilla y guía de estilo	Equipo de comunicación	Enero-febrero	Software de diseño, manual de estilo
Implementación de la línea grafica en publicación	Equipo de comunicación	Febrero-octubre	Plantilla, software de diseño
Monitoreo y ajuste continuo de la línea grafica	Equipo de comunicación	Continuo	Retroalimentación de la comunidad.

Nota: Propuesta de la estrategia 1/ Julio2024
Elaborado por: Sumbana P.

Estrategia 2

Implementar estas actividades de manera coordinada y constante a lo largo del tiempo permitirá al GAD Parroquial Puerto Pechiche fortalecer el compromiso de la comunidad en Facebook, construir una comunidad activa y mejorar la percepción pública de la entidad.

Tabla 14: *Fomentar la interacción activa*

Estrategia	**2. Fomentar la interacción activa y la participación continua de los usuarios para fortalecer el compromiso y la comunidad en torno a la entidad.**		
	3.		
Actividad	Responsable	Tiempo	Recursos
Creación de contenido interactivo y relevante	Equipo de comunicación	Mensualmente	Equipo de redacción y diseño, temas de interés local
Gestión activa de la página y respuesta a comentarios	Equipo de comunicación	Diariamente	Herramientas de gestión de redes sociales
Organización de concurso encuestas y eventos	Equipo de comunicación	Bimensuales	Premios, herramientas de encuestas
Análisis y reporte de métricas de interacción	Equipo de comunicación	Mensualmente	Herramientas de análisis de redes sociales

Nota: Propuesta de la estrategia 2/ Julio2024
Elaborado por: Sumbana P.

Estrategia 3

Realizar estas actividades de manera organizada y con una ejecución constante permitirá al GAD Parroquial Puerto Pechiche mantener una presencia activa y efectiva en Facebook, asegurando que el contenido compartido sea relevante, interesante y beneficioso para la comunidad local.

Tabla 15: *Publicaciones periódicas y técnicas*

Estrategia	**4. Publicaciones periódicas y técnicas**		
Actividades	Responsable	Tiempo	Recursos
Desarrollar de un calendario editorial	Equipo de comunicación	Trimestral	Gestión de proyecto
Creación de contenido variado y de calidad	Equipo de redacción y diseño	Semanal	Equipo creativo
Programación y publicación de contenido	Equipo de comunicación	Diario	Gestión de redes sociales

Nota: Propuesta de la estrategia 3/ Julio2024
Elaborado por: Sumbana P.

5.4.1 Presupuesto

Tabla 16: *Presupuesto de actividades*

Presupuesto	
Actividad	Precio
Establecimiento de directrices de diseño	$700
Creación de plantilla y guía de estilo	$800
Implementación de la línea grafica en publicación	$300
Monitoreo y ajuste continuo de la línea grafica	$100
Creación de contenido interactivo y relevante	$500
Gestión activa de la página y respuesta a comentarios	$300
Organización de concurso encuestas y eventos	$500
Análisis y reporte de métricas de interacción	$150
Desarrollar de un calendario editorial	$100
Creación de contenido variado y de calidad	$200
Programación y publicación de contenido	$100
Total	$3.750

Nota: Presupuesto de las actividades/ Julio2024
Elaborado por: Sumbana P.

CONCLUSIONES

- El tipo de contenido publicado por el GAD Parroquial Puerto Pechiche en su página de Facebook tiene una influencia significativa en el nivel de interacción de los usuarios. Las publicaciones que incluyen noticias locales, eventos comunitarios y logros del GAD tienden a generar una mayor participación y compromiso por parte de los habitantes. Asimismo, los contenidos interactivos, como encuestas y concursos, muestran un aumento notable en la interacción, indicando que los usuarios valoran y responden positivamente a este tipo de publicaciones.
- Impacto en la Formación de la Opinión Pública, la estrategia de comunicación externa del GAD, a través de la publicación constante y variada de contenido en Facebook, contribuye a la formación de la opinión pública y al fortalecimiento de la imagen institucional. La percepción pública del GAD se ve influenciada por la calidad y relevancia de la información compartida, y la frecuencia de las publicaciones afecta la visibilidad y el reconocimiento de la entidad dentro de la comunidad. Los temas tratados y la manera en que se comunican impactan directamente en cómo los habitantes perciben las acciones y decisiones del GAD.

RECOMENDACIONES

- Establecer un calendario editorial más riguroso que asegure publicaciones frecuentes y variadas, cubriendo una amplia gama de temas de interés para la comunidad, tales como eventos locales, avisos importantes, logros del GAD y contenido educativo.

- Implementar Estrategias de Respuesta y Retroalimentación, para mejorar la interacción y fortalecer la relación con la comunidad, se recomienda implementar estrategias proactivas de respuesta y retroalimentación. Esto incluye responder de manera oportuna a los comentarios y mensajes de los usuarios, así como utilizar la retroalimentación recibida para ajustar y mejorar el contenido y las estrategias de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

Fernández, V. R., & Ormaechea, E. (2021). Desde el estructuralismo al neoestructuralismo latinoamericano: retomando la ruta prebischiana del poder ____ISSN 0188-7653. *SCIELO*. doi:https://doi.org/10.18504/pl2957-001-2021

Mondragón, N. I., & de Montes Etxa, L. G. (2016). Communication and representation of risk in health crises__ISSN-e 1579-3680, ISSN 0213-4748__. *Dialnet, 31*(1), 59-74. doi:https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5326965

Zapico, M. G. (2020). *Lo epistemológico en la teoría crítica literaria: El Estructuralismo.* Educación. Dialnet. doi:file:///C:/Users/evetk/Downloads/Dialnet-LoEpistemologicoEnLaTeoriaYCriticaLiteraria-8883554.pdf

Artigos, C. (Abril de 2022). Claude Lévi-Strauss en los mares del sur. Algunos desencuentros entre estructuralismo y antropología en Argentina. *SCIELO*. doi:https://www.scielo.br/j/ha/a/hL9KnM8GDxnHxc8GFYtyyCM/

Atencio Ramírez, A. M. (2019). *Uso de las redes sociales y su relación con el posicionamiento de la imagen corporativa del Gobierno Regional Huánuco en el 2019.* UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN, Facultad de Ciencias Sociales__ Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social. HUÁNUCO – PERÚ: Repositorio Institucional UNHEVAL. doi:https://hdl.handle.net/20.500.13080/5974

Bayas, A. M. (2024). *Comunicación externa y percepción de marca de la empresa Adelca en las cuentas de Facbook e Intagram.* Ambato-Ecuador: repositorio.uta.edu.ec.

Cámara, V. (2022). *Las 4 redes sociales fundamentales en la empresa: Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram. Tendencias TIC.* Obtenido de https://ticnegocios.camaravalencia.com/servicios/tendencias/las-4-redes-sociales-fundamentales-en-la-empresa-facebook-twitter-linkedin-e-instagram/

Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa.* Editorial Ariel.

COOTAD. (2010). *CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL,(COOTAD).*

Flores Cubillo, A. S., & Guerrero Chinchay, G. D. (2020). *Impacto de las Redes Sociales y su relación con el comportamiento del consumidor en la provincia del Guayas, 2019.* Universidad Politécnica Salesiana (UPS), Posgrado. Guayaquil- Ecuador: Repositorio Institucional de la UPS. doi:https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19497/1/UPS-GT003043.pdf

Gad Parroquial Pto Pechiche, V. (2023). *Facebook*. Obtenido de https://www.facebook.com/Ptopechiche/

Gómez, D. (20 de Enero de 2023). *Comunicación externa*. Obtenido de Comunicación externa: qué es, tipos, funciones y ejemplos: https://blog.hubspot.es/marketing/comunicacion-externa

LOC. (2013). *LEY ORGANICA DE COMUNICACION (LOC).*

Lomas Badillo, R. E., & Yungán Quinte, L. F. (2024). *Redes Sociales e Imagen Corporativa: El uso de las redes sociales en la construcción de la imagen corporativa de la Unach, 2021.* UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO, Carrera Comunicación Social . Riobamba: Repositorio Digital UNACH. doi:http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12245/1/Yung%c3%a1n%20Quinte%20L%20%282024%29%20Redes%20Sociales%20e%20Imagen%20Corporativa%20El%20uso%20de%20las%20redes%20sociales%20en%20la%20construcci%c3%b3n%20de%20la%20imagen%20corporativa%20de%20la%20Unac

LOTAIP. (2004). *LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA (LOTAIP).* Obtenido de https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/LOTAIP.pdf

Maps, G. (2024). *Puerto Pechiche*. Obtenido de https://www.google.com/maps/place/GAD+Parroquial+de+Puerto+Pechiche/@-1.4258569,-79.5708371,15z/data=!4m6!3m5!1s0x902cb9c0c68f5089:0xf2d105dc4e68

c4ac!8m2!3d-1.4258623!4d-79.5605374!16s%2Fg%2F11vf3d7zw3?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI0MDkxMS4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3D

Mata Solis, L. D. (28 de Mayo de 2019). *investigaliacr*. Obtenido de El enfoque cualitativo de investigación: https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/

Miranda Zavala, A. M., & Cruz Estrada, I. (2020). TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN. *Tecnología e Ingeniería: Procesos y Productos*, 1-9. doi:https://3ciencias.com/wp-content/uploads/2020/10/II-CIO-TecIng-3-TECNOLOGIA-DE-INFORMACION-Y-COMUNICACION-EN-LA-MEJORA-DE-LA-EXPERIENCIA-DE-LOS-VIAJEROS-DE-LA-GENERACION-MILLENNIALS.pdf

Nieto Lara, O. M., & Pedreschi Caballero, R. J. (2021). *Las redes sociales como estrategia de marketing en las pequeñas y medianas empresas del distrito de Aguadulce, provincia de Coclé, Panamá____ISSN: 2309-6373.* Universidad de Panamá, Panamá. ricardo.pedreschi-c@up.ac.pa. doi:http://portal.amelica.org/ameli/journal/225/2253026008/html/

Palao Pedrós, L. (2020). *El futuro crecimiento de las redes sociales: Instagram, Facebook y TikTok.* Universidad de Alicante, de Comunicación y Psicología Social. Obtenido de http://hdl.handle.net/10045/107734

Pérez Porto , J., & Gardey, A. (21 de Febrero de 2020). *opinión pública*. Obtenido de concepto: https://definicion.de/opinion-publica/

Prol, C. (202o). *LA NARRATIVA TRANSMEDIA (TRANSMEDIA STORYTELLING).* Obtenido de https://designthinking.gal/la-narrativa-transmedia-transmedia-storytelling/

puertopechiche.gob.ec. (2023). *Logotipo*. Obtenido de https://puertopechiche.gob.ec/page/ubicacion/

QuestionPro. (s.f.). Obtenido de ¿Qué es la investigación cualitativa?: https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html

Santana, V. (2021). *Formación en reputación. Análisis de los principales MBA en México.* Mexico : Downloads/Dialnet-.

Segundo Espinola, J. P. (5 de enero de 2024). *Estructuralismo.* Obtenido de concepto: https://concepto.de/estructuralismo/

Stewart, L. (s.f.). *ATLAS.it*. Obtenido de ¿Qué es la investigación descriptiva y cómo se utiliza?: https://atlasti.com/es/research-hub/investigacion-descriptiva

Suarez, P. (21 de Octubre de 2023). *10 redes sociales para empresas y negocios digitales*. Obtenido de seonetdigital: https://www.seonetdigital.com/es/blog/redes-sociales-para-empresas/

Vásconez Merino, G. J., & Alicia Elizabeth, Y. A. (2024). *Redes Sociales e Imagen Corporativa: El uso de las redes sociales en la construcción de la imagen corporativa de la Espoch, 2021*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO, Carrera Comunicación Social . Riobamba: Repositorio Digital UNACH. doi:http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/12639

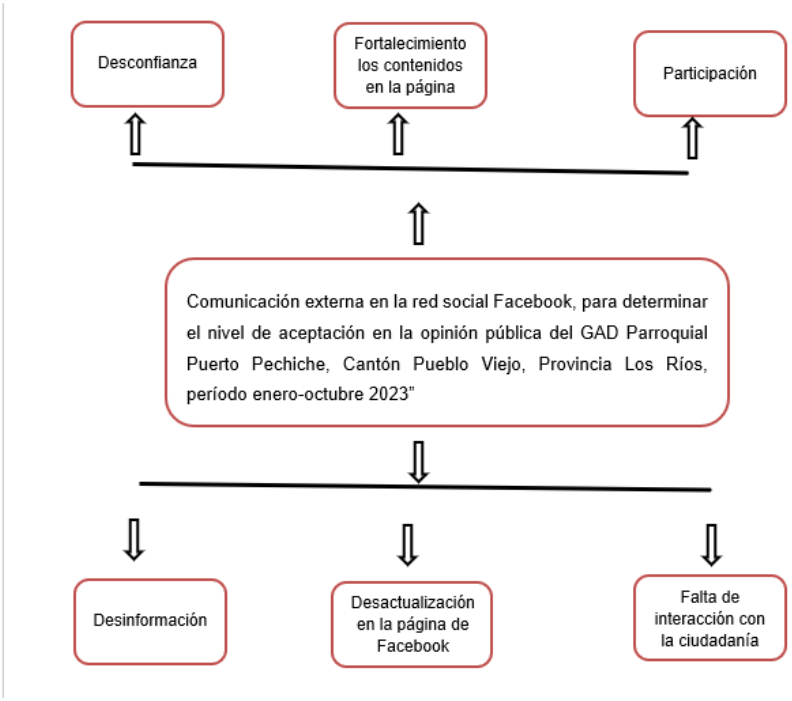
Zambrano Pontón, R. G. (2024). *Redes Sociales e Imagen Corporativa: El uso de las redes sociales en la construcción de la imagen corporativa de Unión Cementera Nacional, 2021*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO, FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS__CARRERA DE COMUNICACIÓN. Riobamba--Ecuador: Repositorio Digital UNACH. doi:http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12609/1/Vela%20Isa%20R%20%282024%29%20Redes%20Sociales%20e%20Imagen%20Corporativa%20El%20uso%20de%20las%20redes%20sociales%20en%20la%20construcci%c3%b3n%20de%20la%20imagen%20corporativa%20de%20Uni%c3%b3n%20Cement

Zambrano Pontón, R. G., & Vela Isa, R. D. (2023). *Redes Sociales e Imagen Corporativa: El uso de las redes sociales en la construcción de la imagen corporativa de Unión Cementera Nacional, 2021*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO, Facultad Ciencias Políticas Carrera Comunicación Social. Riobamba – Ecuador : Repositorio Digital UNACH. doi:http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12609/1/Vela%20Isa%20R%20%282024%29%20Redes%20Sociales%20e%20Imagen%20Corpora

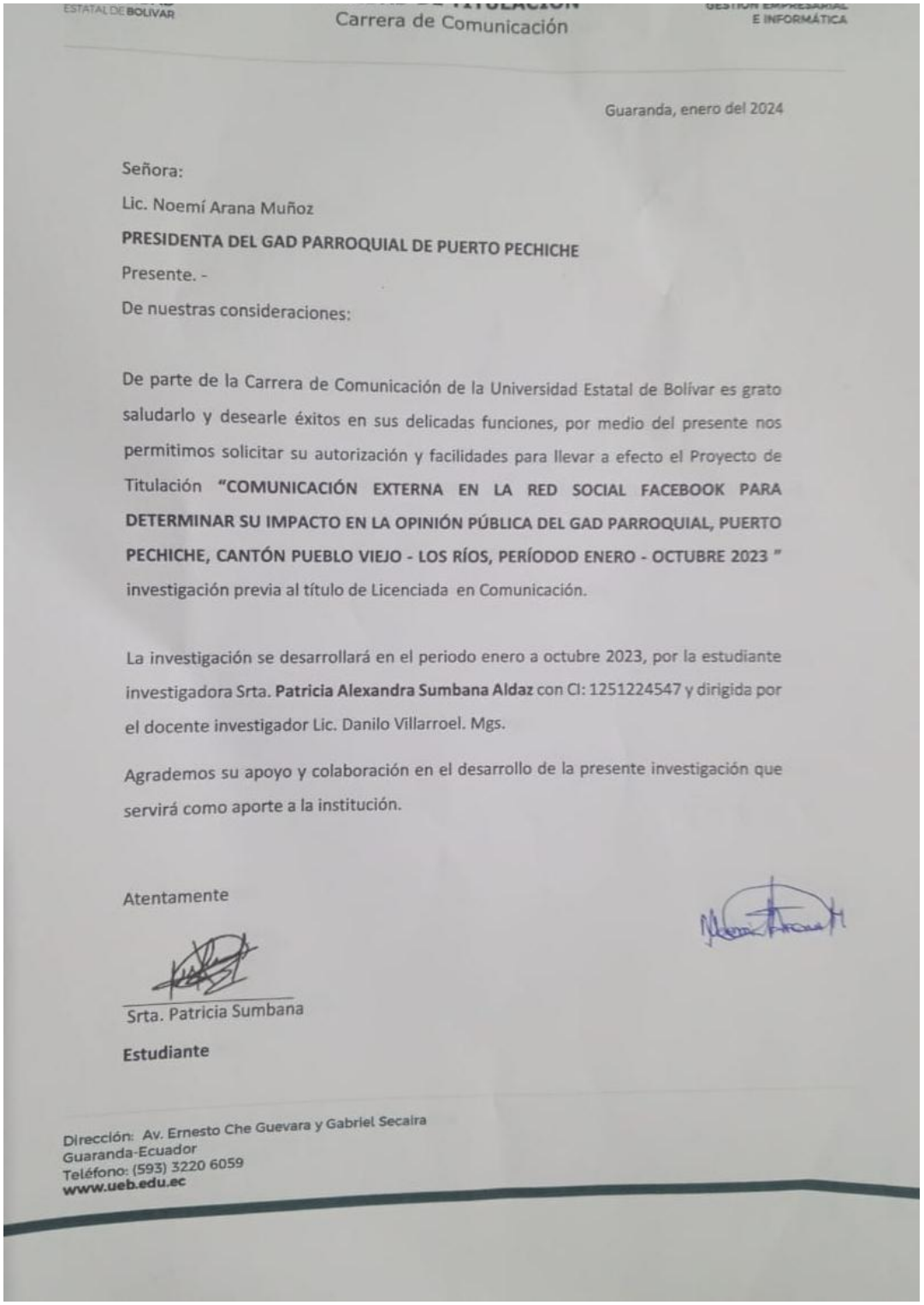
tiva%20El%20uso%20de%20las%20redes%20sociales%20en%20la%20construcci%c3%b3n%20de%20la%20imagen%20corporativa%20de%20Uni%c3%b3n%20Cement

ANEXOS

Anexo 1: *Árbol de problema*



Anexo 2: *Aceptación de la investigación*



ESTATAL DE BOLÍVAR

Carrera de Comunicación

GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Guaranda, enero del 2024

Señora:

Lic. Noemí Arana Muñoz

PRESIDENTA DEL GAD PARROQUIAL DE PUERTO PECHICHE

Presente. -

De nuestras consideraciones:

De parte de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar es grato saludarlo y desearle éxitos en sus delicadas funciones, por medio del presente nos permitimos solicitar su autorización y facilidades para llevar a efecto el Proyecto de Titulación **"COMUNICACIÓN EXTERNA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK PARA DETERMINAR SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DEL GAD PARROQUIAL, PUERTO PECHICHE, CANTÓN PUEBLO VIEJO - LOS RÍOS, PERÍODOD ENERO - OCTUBRE 2023 "** investigación previa al título de Licenciada en Comunicación.

La investigación se desarrollará en el periodo enero a octubre 2023, por la estudiante investigadora Srta. **Patricia Alexandra Sumbana Aldaz** con CI: 1251224547 y dirigida por el docente investigador Lic. Danilo Villarroel. Mgs.

Agrademos su apoyo y colaboración en el desarrollo de la presente investigación que servirá como aporte a la institución.

Atentamente

Srta. Patricia Sumbana

Estudiante

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

Preguntas de encuestas

Cuestionario sobre la Comunicación Externa en Facebook del GAD Parroquial Puerto Pechiche:

¿Cómo calificaría la claridad de la información publicada por el GAD Parroquial en su página de Facebook?

a) Clara
b) Moderadamente clara
c) Poco clara

¿Qué tan relevante consideras que es la información compartida por el GAD Parroquial en su página de Facebook?

a) Muy relevante
b) Moderadamente clara
c) Poco relevante

¿Qué opinas sobre el diseño visual de las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook?

a) Atractivo y fácil de entender
b) Aceptable, pero podría mejorar
c) No atractivo y confuso

¿Cómo describiría el nivel de impacto de las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook en la comunidad?

a) Alto impacto, genera interés y participación
b) Impacto moderno, algunas publicaciones son relevantes
c) Bajo impacto, pasan desapercibidas por la mayoría

¿Cuál es tu opinión general sobre la comunicación del GAD Parroquial en Facebook?

a) Satisfactoria, me mantiene informado y comprometido
b) Aceptable, pero podría mejorar en algunos aspectos
c) Insatisfactoria, no cumple mis expectativas de comunicación

¿Cómo evaluaría la redacción de los mensajes del GAD Parroquial en Facebook?

a) Clara y concisa
b) Entendible, pero a veces confusa
c) Confusa y difícil de entender

¿Qué tan útiles son las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook para ti como ciudadano?

a) Muy útiles, me mantiene informado y me ayuda a participar
b) Útiles en cierta medida, pero podría haber más información relevante
c) Poco útiles, no encuentro información de mi interés

¿Considera que el GAD Parroquial responde adecuadamente a los comentarios y consultas de la comunidad en su página de Facebook?

a) Si, siempre responden de manera oportuna y completa
b) A veces, pero podría mejorar en la rapidez y claridad de las respuestas
c) No, rara vez o nunca responde a las consultas de la comunidad

¿Qué tan frecuentemente interactúas con las publicaciones del GAD Parroquial en Facebook?

a) Si para una mejor integración
b) No lo creo necesario
c) Me mantengo neutral

¿Cree que la comunicación del GAD Parroquial en Facebook contribuye a fortalecer la relación entre el gobierno local y la comunidad

a) Regularmente, siempre esto pendiente de las actualizaciones
b) De vez en cuando, depende del tema o la relevancia de la publicación
c) Casi nunca, rara vez veo las publicaciones del GAD Parroquial

Pregunta de Entrevistas

1. ¿Cuál es su rol y responsabilidad en el GAD Parroquial Puerto Pechiche en relación con las publicaciones en la página de Facebook?
2. ¿Qué criterios o lineamientos siguen para decidir qué contenido se publica en la página de Facebook del GAD Parroquial?
3. ¿Cómo evalúan la efectividad de las publicaciones en Facebook en términos de participación y respuesta de la comunidad?
4. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan al gestionar la comunicación en la página de Facebook del GAD Parroquial?
5. ¿Qué medidas están tomando para mejorar la comunicación en Facebook y fortalecer la relación con la comunidad?
6. ¿Cómo manejan los comentarios y consultas de los ciudadanos en la página de Facebook?

Anexo 3: *Entrevista a la presidenta del GAD*



Figura 3: ***Logotipo***

PUERTO PECHICHE
GAD PARROQUIAL

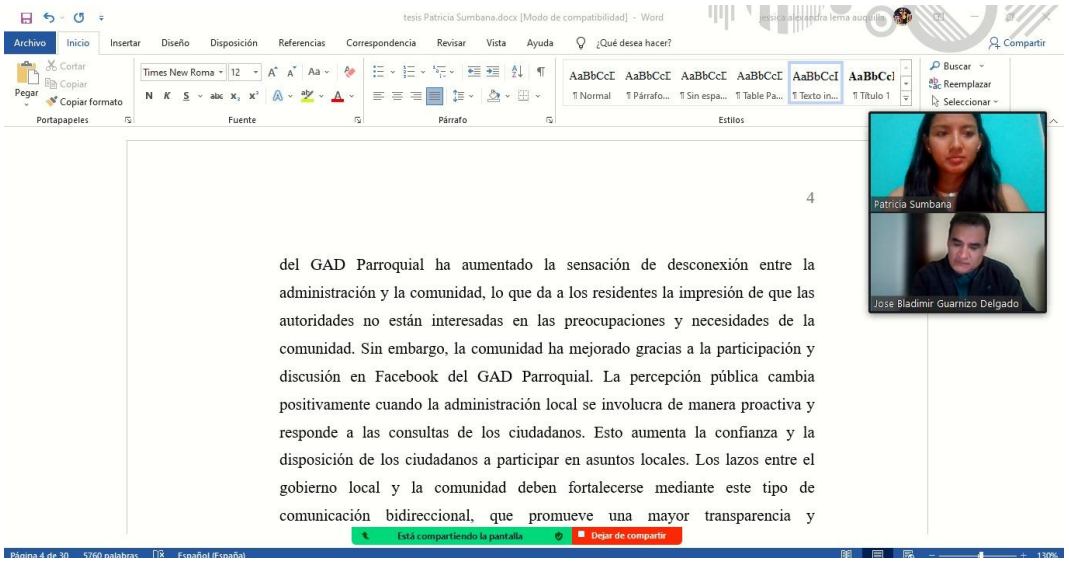
Nota: Imagen extraído del portal; (puertopechiche.gob.ec, 2023)

Investigado por: Sumbana P.

Anexo 4: *Revisiones de pares Académicos*



Anexo 5: *Revisiones de Pares Académicos*



Anexo 6: *Revisiones con los Pares Académicos*

