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:

INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAD PARROQUIAL SANTA FE, PERIODO MARZO-JUNIO 2026.

AUTORA:

CYNTHIA MARIELA MOREJÓN MOREJÓN

DIRECTOR:

LIC. RENATO VALLE

GUARANDA – ECUADOR

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:

INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAD PARROQUIAL SANTA FE, PERIODO MARZO-JUNIO 2026.

AUTORA:

CYNTHIA MARIELA MOREJÓN MOREJÓN

TUTOR

DIRECTOR:

LIC. RENATO VALLE

PARES ACADÉMICOS:

LIC: BLADIMIR GUARNIZO

LIC: LISSETTE ZAMBRANO

GUARANDA – ECUADOR 2026

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAD PARROQUIAL SANTA FE, PERIODO MARZO JUNIO 2026.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y vida, fuerza y sabiduría para completar esta importante etapa de mi educación profesional.

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me brindaron apoyo, aliento y confianza durante este proceso de estudio. De manera especial agradezco al Lic. Marco Sánchez y a su vez al Lic. Renato Valle, por su dedicación, enseñanza y apoyo constante, que fueron fundamentales para continuar con esta carrera, aunque desafiante, pero me permitió crecer personal y académicamente.

También expreso mi agradecimiento a mis queridos profesores Lisette Zambrano y Bladimir Guarnizo, por su orientación y valiosa formación, que han contribuido enormemente a mi formación académica. Asimismo, agradezco a todos los docentes de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar quienes compartieron su conocimiento, experiencia, apoyo y asesoramiento, haciendo un aporte significativo para el desarrollo de esta investigación y mi crecimiento profesional.

Finalmente, agradezco a mis padres, hermanos y demás familiares que con su amor, comprensión y apoyo incondicional me motivaron a perseverar y lograr este objetivo.

Cynthia Mariela Morejón Morejón

DEDICATORIA

La vida está llena de momentos de alegría, desafíos, aprendizajes y experiencias que nos fortalecen cada día. En muchos casos nos preguntamos si las personas que amamos siempre estarán ahí para nosotros, y aunque el tiempo nos enseña que no siempre es así, también muestra el valor de cada momento juntos. Mi mayor deseo es que mi familia conozca a Dios, lo ame y experimente en sus vidas el gran amor, paz y esperanza que él me ha dado.

Dedico este logro primeramente a Dios, porque sin su amor, misericordia y gracia nada de esto hubiera sido posible. Gracias Señor por seguirme en cada paso del camino, por darme fuerzas cuando sentía que no podía seguir, por apoyarme en los momentos difíciles y por permitirme alcanzar esta meta tan importante caminar con usted a través de este proceso ha sido una experiencia maravillosa y memorable. Gracias por ser mi guía, mi refugio, mi mejor amigo y mi fiel compañero en todas las etapas de mi vida.

A mi pastor Manuel Cabrera, por sus constantes oraciones, consejos y apoyo espiritual, que me ayudaron mucho durante esta importante etapa de mi vida. Gracias por motivarme a seguir adelante y fortalecer mi fe en los momentos más difíciles. Pido a Dios que lo Bendiga lo guarde, le llene de sabiduría, salud y fortaleza y le de muchos años más de vida para que siga sirviendo al Señor y compartiendo momentos de alegría con quienes lo apreciamos.

Con todo mi cariño dedico también este título a mis padres paternos Miriam Morejón y Manuel Morejón Bonilla, quienes han sido los pilares de mi vida. Gracias por sus sacrificios, enseñanzas, consejos, amor incondicional y apoyo constante. Todo lo que soy hoy es reflejo de los valores que me inculcaron y del esfuerzo que pusieron para hacer realidad mis sueños. A mis queridos hermanos: Kerly, Josselyn, Tanya y Johnny, les agradezco su cariño, comprensión y compañía. Gracias por estar ahí en todas las etapas de mi vida, compartiendo alegrías y dificultades conmigo y brindándome

siempre su apoyo. Los amo mucho y quiero que cada uno de ustedes alcance sus metas y sueños a mi perrito llamado Chocolate quien fue un compañero en este camino gracias por quedarte aquí conmigo pequeño.

Gracias a mi cuñado Luis García por sus consejos, palabras de aliento y apoyo incondicional. Su ayuda y confianza fueron importantes en los momentos en que más los necesitaba.

A mi querida sobrina Valentina, que ilumina mis días con su ternura, cariño y alegría. Tu amor me inspira a seguir adelante y luchar por un futuro mejor. Eres un regalo de Dios en mi vida. A mis hermanos en Cristo Johnny García y Jaime García, quienes me brindaron su amistad, comprensión, apoyo espiritual y verdadera confianza desde el momento en que entraron en mi vida. Gracias por acompañarme en los procesos que no fueron fáciles y por recordarme siempre la importancia de confiar en Dios. Oro para que el Señor continúe bendiciendo sus vidas y guiando cada uno de sus pasos.

A mi querido amiga Britany Bermeo, gracias por estar presente en los momentos más importantes de este viaje. Gracias por escucharme, animarme y compartir muchas experiencias conmigo. Tu amistad ha sido un regalo invaluable y tu alegría siempre me ha dado fuerzas para seguir adelante. Finalmente dedico este logro a todas las personas que fueron parte de este proceso, que me ayudaron a alcanzar esta meta con una palabra de aliento, oración, consejo cariño. Gracias por creer en mí y seguirme a través de este importante capítulo de mi vida. Con profunda gratitud y amor dedico este trabajo a Dios a mi familia, mis amigos y todas las personas que fueron parte de este sueño.

Cynthia Mariela Morejón Morejón

CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

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

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. DANILO RENATO VALLE ARELLANO, Mgs. MARTHA LISSETTE ZAMBRANO MOREIRA, Mgs. JOSE BLADIMIR GUARNIZO DELGADO en su orden: director y Pares Académicos del trabajo de Titulación INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAD PARROQUIAL SANTA FE, PERIODO MARZO-JUNIO 2026.

Desarrollado por la estudiante CYNTHIA MARIELA MOREJÓN MOREJÓN.

CERTIFICAN

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

Guaranda, agosto 2026

Mgs. Renato Valle
Director/a

Mgs. Lissette Zambrano
Par Académico

Mgs. Bladimir Guarnizo
Par Académico

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Cynthia Mariela Morejón Morejón**, portadora de la Cédula de Identidad No. 0250118445, en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **"INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAD PARROQUIAL SANTA FE DURANTE EL PERIODO MARZO A JUNIO 2026"**, modalidad **proyecto de investigación**, de conformidad con el Art. 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**, concedo 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. Conservo a mi favor todos los derechos de autor 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 con 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.

Cynthia Mariela Morejón Morejón

C.I. 0250118445

AUTORA

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

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN I

AGRADECIMIENTO II

DEDICATORIA III

CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS 1

..... **¡Error! Marcador no definido.**

DERECHOS DE AUTOR 2

ÍNDICE DE TABLAS 7

ÍNDICE DE FIGURAS 7

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN 7

INTRODUCCIÓN 8

RESUMEN 10

ABSTRACT 11

CAPÍTULO I. 13

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 13

1.1 Descripción del problema 13

1.2 Formulación del problema 14

1.3 Preguntas de Investigación 14

1.4 Justificación 14

1.5 Objetivos 16

Objetivo General 16

Objetivos Específicos 16

1.6 Idea a defender 16

1.7 Categorías 16
C2: Gestión de la comunicación institucional 18
CAPÍTULO II. 19
2 MARCO TEÓRICO 19
2.1 Antecedentes 19
2.2 MARCO CIENTÍFICO 23
2.2.1 Teoría de la sociedad red 23
2.2.2 Fundamentos de la inteligencia artificial 23
2.2.3 Inteligencia artificial aplicada a la comunicación institucional 24
2.2.4 Relación entre la teoría de la sociedad red y la inteligencia artificial 25
2.2.5 Influencia de la Inteligencia Artificial (IA) 26
2.2.6 Inteligencia artificial (IA) para comunicación 29
2.2.7 Pequeña perspectiva histórica de la producción intelectual asociada a la IA 30
2.2.8 Teoría institucional 32
2.2.9 Comunicación institucional 32
2.2.10 Imagen de la empresa y percepción pública. 33
2.2.11 La relación entre Costa y Capriotti en la gestión institucional 33
2.2.12 Las competencias profesionales en la gestión de recursos humanos 34
2.2.13 Teoría de la imagen corporativa 35
2.3 MARCO CONCEPTUAL 36
2.3.1 Variable 1: Inteligencia Artificial 36
2.3.1.1 Programas informáticos 36
2.3.1.2 Procesos de creación informática 37
2.3.1.3 Gestión de la Comunicación institucional 37

2.3.1.3.4 Objetivos 38
2.3.1.4 Comunicación interna y externa 39
2.4 MARCO LEGAL 40
2.4.1 Constitución de la Republica del Ecuador 40
2.4.2 Ley Orgánica de Comunicación 41
2.4.3 Estatutos del Gad 41
2.5 MARCO GEOREFERENCIAL 42
2.5.1 Origen de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales 42
2.5.2 Parroquia Santa Fe 43
2.5.3 Ubicación 44
2.5.4 Límites 45
CAPÍTULO III. 46
3. Metodología 46
3.1. Tipo de investigación descriptiva 46
3.2 Estudio descriptivo 47
3.3 Enfoque cualitativo 48
3.3.1 Método Inductivo 49
3.4 Análisis de contenido 49
3.5 Análisis Temático 50
3.6 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos 50
3.7 Técnica Focus group 51
3.7.1 Aplicación de la técnica Focus Group 51
3.8 Universo, Población y Muestra 52
CAPÍTULO IV 54

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 54
4.1 Análisis temático 54
4.2 Matriz de transcripción de transcripción de respuestas 55
4.3 Matriz de análisis temático 76
4.4 Discusión de Resultados 77
CAPÍTULO V. 79
5.PROPUESTA 79
5..1 MATRÍZ DE ANÁLISIS DE CAPACITACIÓN 73
5.3 Tema 75
5.4 Presentación de la Propuesta 75
5.5 Justificación 75
5.6 Objetivo General 76
5.7 Objetivos Específicos 76
6. CONCLUSIONES 98
7. RECOMENDACIONES 98
8. BIBLIOGRAFÍA 99
9. ANEXOS 111
9.1 CRONOGRAMA (GANTT) 111
9.2 PRESUPUESTO EJECUTADO 113
9.3 INSTRUMENTOS DE RECOPILACIÓN DE DATOS 114
9.4 CUESTIONARIO FOCUS GROUP 115
9.5 FICHA DE REGISTRO 116
9.6 FOTOGRAFÍAS DE LOS MIEMBROS DEL GAD SANTA FE 117
9.7 GRABACIÓN AUDIOVISUAL 118

9.9 TUTORÍAS..... 119
9.10 TUTORÍAS CON PARES ACADÉMICOS. 120
9.11 CERTIFICADO DE ANÁLISIS 121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Indicador de categorías C1: Inteligencia Artificial. 17

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. IA en los medios de comunicación 27
Figura 2. Aspectos negativos de la IA 29

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1. Mapa de la Parroquia Santa Fe 43
Ilustración 2. Ubicación de la Parroquia..... 44

INTRODUCCIÓN

La comunicación institucional es un elemento estratégico para fortalecer la identidad, imagen y reputación de las organizaciones públicas. En un entorno caracterizado por la transformación digital y el constante desarrollo de las tecnologías de la información, las instituciones enfrentan el desafío de adaptar sus procesos de comunicación a nuevas dinámicas que permitan una interacción más efectiva con los ciudadanos. En este contexto, la inteligencia artificial (IA) se ha demostrado como una herramienta innovadora capaz de optimizar la gestión de la comunicación a través de la automatización de tareas, el análisis de datos y la generación de contenidos, lo que ayuda significativamente a mejorar los procesos internos y externos de las organizaciones.

El presente estudio, titulado “Inteligencia Artificial para la Gestión de la Comunicación Institucional del GAD Parroquial Santa Fe, marzo a junio de 2026”, surge de la necesidad de conocer el nivel de uso e impacto de las herramientas de inteligencia artificial dentro de la institución. A pesar de los avances tecnológicos que se evidencian a nivel mundial, muchas instituciones públicas aún tienen limitaciones para incorporar tecnologías inteligentes en sus actividades de comunicación, lo que puede afectar la efectividad de la difusión de información, la interacción con los ciudadanos y la gestión de la imagen institucional.

El foco principal del estudio es analizar cómo la inteligencia artificial afecta las actividades de los funcionarios del GAD Parroquial Santa Fe, así como el desarrollo de sus actividades en relación con la comunicación institucional. El estudio examina aspectos relacionados con el conocimiento, uso y percepción de herramientas tecnológicas como ChatGPT, Gemini y otras aplicaciones basadas en IA que facilitan la

redacción de contenidos, la generación de información, la planificación de la comunicación y la gestión de medios digitales. También busca identificar los beneficios y desafíos de la implementación a nivel institucional. Desde un punto de vista teórico, el estudio se basa en las aportaciones de autores como Joan Costa y Paul Capriotti, quienes enfatizan la importancia de la comunicación institucional como proceso estratégico encaminado a fortalecer la identidad, imagen y reputación de la organización. También se consideran enfoques relacionados con la sociedad red y la transformación digital, que explican cómo las nuevas tecnologías han cambiado las formas de interacción y comunicación entre las instituciones y sus audiencias. El método utilizado sigue un enfoque cuantitativo descriptivo apoyado en métodos de investigación como la encuesta a funcionarios del GAD de la Parroquia Santa Fe. Los resultados obtenidos permitieron identificar el nivel de conocimiento y el uso de la inteligencia artificial en la gestión de la comunicación, así como las necesidades de formación existentes para el fortalecimiento de las competencias digitales de los empleados.

El objetivo de este estudio es contribuir al desarrollo de estrategias innovadoras que permitan optimizar la gestión de la comunicación institucional utilizando herramientas adecuadas de inteligencia artificial. Además, se pretende promover una cultura de actualización tecnológica en la institución, que contribuya a la eficiencia de la administración, la calidad de la información difundida y el fortalecimiento de las relaciones entre la administración parroquial y los vecinos.

RESUMEN

El propósito de este estudio fue analizar el impacto de la inteligencia artificial en la gestión de la comunicación institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de Santa Fe entre marzo y junio de 2026. El estudio surgió de la necesidad de conocer el nivel de uso de las herramientas de inteligencia artificial en la institución y determinar su impacto en las actividades de los funcionarios responsables de los procesos de comunicación. El estudio se basó en teorías relacionadas con la comunicación institucional, la identidad corporativa y la transformación digital, tomando como referencia el aporte de Joan Costa y Paul Capriotti, quienes consideran la comunicación como un elemento estratégico para fortalecer la imagen y reputación de una organización. También se discutieron conceptos relacionados con la inteligencia artificial y su uso en la gestión de contenidos, automatización de procesos y análisis de información en las instituciones estatales. El método utilizado correspondió a un enfoque cuantitativo, descriptivo y de campo. Para la recolección de datos se realizaron encuestas a funcionarios del GAD de la parroquia Santa Fe, que permitieron determinar el nivel de conocimiento, uso y percepción de las herramientas de inteligencia artificial utilizadas para la comunicación institucional. Los datos obtenidos fueron procesados y analizados mediante procedimientos estadísticos que facilitaron la interpretación de los resultados.

Entre los principales resultados, quedó claro que la inteligencia artificial es una herramienta de apoyo para optimizar los procesos de comunicación, agilizar la producción de contenidos digitales, mejorar la difusión de información institucional y fortalecer la interacción con la ciudadanía. Sin embargo, también se identificaron limitaciones relacionadas con el desconocimiento de algunas herramientas tecnológicas y la necesidad de formación especializada para su correcta implementación.

Se concluyó que la inclusión de inteligencia artificial contribuye significativamente al fortalecimiento de la gestión de la comunicación institucional, aumentando la

eficiencia, productividad y capacidad de respuesta de los servidores públicos. A partir de los resultados obtenidos se propone un plan de formación, que se centra en el uso de herramientas de inteligencia artificial para fortalecer las habilidades digitales de los empleados y promover una gestión de la comunicación más innovadora y eficaz de acuerdo con las exigencias de la era digital.

Palabras clave: inteligencia artificial, comunicación institucional, gestión de la comunicación, herramientas digitales, capacitación, GAD Parroquial Santa Fe.

ABSTRACT

This research aimed to panalyze the influence of Artificial Intelligence on the management of institutional communication at the Santa Fe Rural Parish Decentralized Autonomous Government during the period from March to June 2026. The study arose from the need to determine the level of implementation of Artificial Intelligence tools within the institution and to identify their impact on the performance of officials responsible for communication processes.

The research was based on theories related to institutional communication, corporate identity, and digital transformation, taking as references the contributions of Joan Costa and Paul Capriotti, who consider communication as a strategic element for strengthening organizational image and reputation. Likewise, concepts associated with Artificial Intelligence and its application in content management, process automation, and information analysis within public institutions were examined.

The methodology followed a quantitative, descriptive, and field-based approach. Data were collected through surveys conducted among officials of the Santa Fe Parish Government, allowing the identification of their level of knowledge, use, and perception regarding Artificial Intelligence tools applied to institutional

communication. The collected information was processed and analyzed using statistical procedures to facilitate the interpretation of the results.

The findings revealed that Artificial Intelligence serves as an effective support tool for optimizing communication processes, streamlining digital content production, improving the dissemination of institutional information, and strengthening interaction with citizens. However, certain limitations were identified, particularly the lack of knowledge regarding technological tools and the need for specialized training to ensure their proper implementation.

The study concludes that the incorporation of Artificial Intelligence significantly contributes to strengthening institutional communication management by increasing efficiency, productivity, and responsiveness among public officials. Based on the results obtained, a training plan is proposed to enhance digital competencies and encourage the appropriate use of Artificial Intelligence tools, promoting a more innovative, efficient, and modern communication management model aligned with the demands of the digital era.

Keywords: Artificial Intelligence, institutional communication, communication management, digital tools, training, Santa Fe Parish Government.

CAPÍTULO I.

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

En el Ecuador los gobiernos autónomos descentralizados rurales no cuentan con un departamento de comunicación para que su desarrollo comunicacional sea efectivo por diversos aspectos falta de presupuesto deficiencia administrativa etc.

Para lo cual este proyecto de investigación está dirigido a que se utilice herramientas IA alcance de estás instituciones como es la inteligencia artificial que es un mecanismo que nos ayuda de forma gratuita en diversos aspectos a desarrollar la comunicación efectiva de la administración o de la institución hacia su sociedad.

La Inteligencia Artificial ha evolucionado la forma en que se manejan las comunicaciones organizacionales por proporcionar soluciones que mejoran la producción, la distribución y el análisis de la información. Su uso permite automatizar tareas repetitivas, mejorar la eficiencia, fortalecer el vínculo con el ciudadano y favorecer la toma de decisiones sobre la base de datos precisos y actualizados.

En cuanto a comunicación institucional, la IA tiene un papel también fundamental en la elaboración de contenidos para comunicaciones oficiales y material informativo. También se puede estudiar la opinión de los ciudadanos, detectar tendencias y medir el efecto de las políticas de comunicación.

De esta manera, las entidades tienen la posibilidad de ofrecer una comunicación más rápida, clara y corresponsable, mismo que se sugiere como mejora, la implementación de un plan de capacitación en herramientas de IA para el personal del GAD de la Parroquia Santa Fe. Esta propuesta tiene como finalidad potenciar las habilidades digitales de los

trabajadores y fomentar la incorporación de tecnologías de vanguardia en la gestión de las comunicaciones. La formación debería traducirse en una mejora de los procesos comunicativos y en una mayor comprensión de las demandas informativas de la ciudadanía. Tal carencia tecnológica enfatiza una necesaria reconversión digital de la gestión comunicativa con sello de innovación, eficiencia y claridad institucional.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera influye la inteligencia artificial en la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe en el periodo marzo a junio 2026?

1.3 Preguntas de Investigación

1. ¿De qué forma la Inteligencia Artificial influye en la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe??
2. ¿Qué es la Inteligencia Artificial en la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe?
3. ¿Cuáles son las herramientas de la Inteligencia Artificial?
4. ¿Cómo diseñar un plan de capacitación con herramientas de comunicación basados en la Inteligencia Artificial del GAD Parroquial Santa Fe?

1.4 Justificación

La presente tesis tiene como propósito el estudio de cómo la Inteligencia Artificial afecta a la administración de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe. El avance en la comunicación organizacional es necesario para garantizar la participación ciudadana, transparencia y trato eficiente. El GAD Parroquial Santa Fe analiza los factores que, entre marzo y junio de 2026, permiten definir políticas públicas para fortalecer el vínculo con la ciudadanía y difundir sus propuestas.

Esta investigación es relevante debido a la falta de estudios previos sobre el uso de la inteligencia artificial para optimizar la comunicación institucional. El proyecto busca involucrar a todo el personal en el desarrollo organizacional, ya que actualmente la inteligencia artificial constituye una herramienta indispensable para optimizar el tiempo y reducir costos económicos en la gestión pública. La importancia del estudio radica en que permite analizar la influencia de la comunicación institucional en la percepción y participación ciudadana, con lo cual proporciona datos que pueden ser útiles para mejorar futuras estrategias de comunicación en el nivel parroquial y asegurar que los mensajes sean claros, accesibles y efectivos.

El estudio resultó factible debido a que contó con un sólido fundamento teórico. Asimismo, mediante las reuniones de trabajo con el presidente del GAD Parroquial Santa Fe, se evidenciaron diversas deficiencias comunicacionales que impidieron un desarrollo óptimo de las publicaciones en redes sociales. Estos canales digitales difundieron información hacia la ciudadanía santafereña; sin embargo, carecieron del impacto necesario para captar el interés de la población.

La investigación actual es válida pues se posee una prioridad en el conocimiento para la adaptación de herramientas con IA lo que posibilitará al GAD Parroquial Santa Fe satisfacer la carencia de generar, modificar o extender imágenes y vídeos más profesionales, que aseguren una buena imagen para con el lector, éste tiene que ser lo suficientemente atractivo como para que pueda informarse de todo lo que sucede en la parroquia, para evitar que se vea desinformado o malinterpretando por falta de lectura.

Esta propuesta es relevante porque posibilitará que el GAD Parroquial Rural cuente con un instrumento de comunicación basado en Inteligencia Artificial que estará concebida para que puedan hacer uso de ella todos los integrantes de su equipo de trabajo, sin la necesidad de que tengan que recibir algún tipo de capacitación. Serán directamente beneficiadas con este estudio, el Presidente, Secretaria y Vocales del GAD Parroquial Santa Fe y como beneficiarios indirectos principalmente la ciudadanía Santafereña.

1.5 Objetivos

Objetivo General

Analizar como la Inteligencia Artificial influye en la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe.

Objetivos Específicos

- Estudiar la Inteligencia Artificial para la gestión de la comunicación institucional.
- Identificar herramientas de Inteligencia Artificial para la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe.
- Diseñar un plan de capacitación con herramientas de comunicación impulsadas por la Inteligencia Artificial en el GAD Parroquial Santa Fe.

1.6 Idea a defender

La inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta importante para mejorar la comunicación institucional, ya que permite agilizar la creación de contenidos, analizar la opinión de la ciudadanía y apoyar la toma de decisiones. En este sentido, se propone capacitar al personal del GAD Parroquial Santa Fe en el uso de herramientas de IA, con el propósito de fortalecer sus habilidades digitales, optimizar la comunicación interna y brindar información pública de manera más rápida, clara y eficiente.

1.7 Categorías

- **Categoría 1:** Inteligencia Artificial
- **Categoría 2:** Gestión de la comunicación institucional

Tabla 1 Indicador de categorías C1: Inteligencia Artificial.

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es la ciencia y la ingeniería dedicadas a la creación de máquinas inteligentes, particularmente programas informáticos de este tipo. Se relaciona con la labor similar de usar ordenadores para entender la inteligencia humana, pero para entender la inteligencia humana pero la IA no tiene por qué limitarse a métodos que sean observables desde el punto de vista biológico. (McCarthy, 2007)	- Programas informáticos - Uso de ordenadores para trabajo humano - Procesos de creación informática.	- Uso de programas informáticos - Herramientas de IA para la gestión de comunicación. - Herramientas de IA generativa para la creación audiovisual.	¿Qué es la usabilidad de programas informáticos? ¿Las herramientas de IA pueden aportar a la gestión de comunicación? ¿Es posible crear audio y video apoyado por la IA generativa?	Análisis documental

Nota: Elaboración propia 1 **Fuente:** Lic. Marco Sánchez

C2: Gestión de la comunicación institucional

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La gestión de la comunicación institucional es el conjunto de acciones, estrategias y canales organizados que implementa una organización para proyectar su identidad, valores y objetivos. Su propósito es alinear la comunicación interna y externa, fortalecer la reputación, gestionar la presencia digital y asegurar la transparencia, esencial para el éxito organizativo (Portugal, 2012).	- Acciones estrategias y canales organizados. - Identidad - Valores - Objetivos - Comunicación interna - Comunicación externa - Reputación - Presencia Digital	- Comunicación organizacional - Pertenencia institucional - Comportamiento - Acciones que le llevan a la institución a cumplir los fines. - Comunicación para los públicos internos. - Comunicación para los públicos externos - Percepción de los públicos de la institución - Presencia de la institución en - plataformas digitales	Aspectos básicos de la comunicación en las instituciones. ¿Como fortalecer la identidad institucional? ¿Difusión de valores al personal? ¿Cuáles son los objetivos institucionales? ¿Elementos de la intra comunicación? ¿Cuáles son los públicos externos? ¿Como perciben los públicos a la institución? ¿Que realiza la institución para presentarse en plataformas digitales?	Focus Group

Nota: Elaboración propia 1 **Fuente:** Lic. Marco Sánchez

CAPÍTULO II.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

La presencia de la inteligencia artificial (IA) como variable en la interacción y comunicación social lleva algunos años en debate intelectual. Sin embargo, el sujeto continúa reflexionando sobre su papel o funciones en la realidad sociocultural, cada vez más relacionada con el procesamiento de la información y la digitalización de los procesos comunicativos tanto en entornos formales como informales. (Herrera-Ortiz, 2024)

En el origen en la década de 1940, la inteligencia artificial es una iniciativa destinada a agilizar ciertos procesos que implican el uso de computadoras para las actividades humanas en su trabajo. (Guerrero y Ballester, 2023). Su desarrollo lleva a su paulatina introducción en nuevos ámbitos relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), utilizando un enfoque que intenta superar la simple automatización de los procesos de trabajo. (Herrera-Ortiz, 2024, pág. 280). Este desarrollo teórico y práctico promueve una mayor integración entre funciones estrictamente mecánicas y el comportamiento humano y humaniza la aplicabilidad de la IA (Herrera-Ortiz, 2024, pág. 280).

En esta dinámica, las actividades que pueden ser impulsadas por el funcionamiento de la IA en la comunicación son diversas, y hoy es posible encontrar su presencia en ámbitos como el trabajo, la educación y el ocio. Más específicamente, las reflexiones de este artículo incluyen una interpretación del impacto de la IA en relación con su recorrido histórico y perspectivas en el campo de la comunicación. Se trata de un registro documental de los aspectos destacados que algunos autores han investigado sobre este tema en diferentes partes del mundo. (Herrera-Ortiz, 2024, pág. 280). La IA es un tema de conversación en todas partes y el periodismo no es una excepción; Hay profesionales en

el Ecuador que aún temen el cambio tecnológico debido a varios mitos. El miedo de esta sociedad en general a enfrentarse a este tipo de tecnología. La respuesta debe buscarse no sólo en la ciencia, sino también en el desarrollo histórico del hombre en la literatura y filmografía del siglo XX, que se clasifica como Ciencia Ficción (Salazar-García, 2018). La inteligencia artificial se está incorporando cada vez más a las formas de comunicación en diversas instituciones públicas y privadas de todo el mundo. Investigaciones como la de González 2022, centrada en "MI bajo la dirección de comunicación de municipios latinoamericanos", muestra que el uso de chatbots, la automatización de respuestas y el análisis predictivo han optimizado la atención ciudadana y la eficiencia interna en municipios medianos (Barragán-Martínez, 2023).

En el año 2023, según Martinez y Rivas, analizaron la incorporación de herramientas de IA en la municipalidad de Medellin, Colombia, y resaltaron un incremento del 35 por ciento en la satisfacción de los ciudadanos y una reducción del 20 por ciento en los tiempos de respuesta institucionales.

En el caso de Ecuador, la profesora Paredes señala que el estudio realizado en 2023 evidencia como los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) provinciales han empezado a incorporar tecnologías novedosas para optimizar sus procesos de comunicación y administración de documentos, no obstante, se observa una brecha significativa en los GAD parroquiales, los cuales enfrentan notables carencias en cuanto a infraestructura tecnológica y formación educativa (Barragán-Martínez, 2023).

La IA esta ahora mismo revolucionando la investigación científica. Automatiza procesos, examina ingentes cantidades de datos para descubrir tendencias complejas y mejora la redacción y el análisis de artículos académicos. Esto permite a los investigadores profundizar en los datos, proponer nuevas teorías y mejorar la eficiencia. sin embargo, surgen dilemas éticos y la obligación de usarla responsablemente para evitar la difusión de resultados falsos y el plagio (Ramos, 2024).
Poca comunicación, producto de la interrupción del internet y escasos medios, provoca la

generación de un vacío digital que incrementará la dificultad de la disconformidad; si no se tramita a tiempo, enfrentarán grandes obstáculos aquellos que hacen de esto su vida. Así se revela una debilidad grande al no acoplarse a las nuevas ciencias tecnológicas para la comunicación, que, al no adjudicarse los cambios primordiales y pertinentes, no puede permanecer en el transcurso del tiempo, debido a la falta de comunicación efectiva en las labores organizadas.

De esta manera, el sector público no puede estar al margen del manejo o actualizaciones de la comunicación mediante TICs o inteligencias artificiales que coadyuven a la mejora institucional, debido a que permanecerá en el olvido y no va a poder tener una buena comunicación tanto dentro como fuera de la institución. La escasa comunicación debe ser aprovechada para generar buena información en beneficio de la institución, generando conocimientos de investigación y producción intelectual, haciéndole frente a la renovación de actividades, con mejor desempeño, afrontando cualquier inconveniente y problemas futuros. (Revista Universidad y Sociedad, 2022).

(Uria Recio, 2024) habla sobre la historia de la IA ha sido una montaña rusa, caracterizada por la alternancia entre periodos de rápida expansión e inviernos de inactividad. En 1980, la IA experimento un resurgimiento, impulsado por la proliferación de ordenadores personales en empresas y universidades, así como por la adopción de aplicaciones prácticas basadas en reglas, conocidas como sistemas expertos, que proporcionaron a la IA primitiva una base económica inmediata. Sin embargo, este renacimiento fue breve, ya que el crack bursátil de 1987 afecto a las empresas de hardware e inauguro la segunda "etapa de la IA". En la década de 1990, la IA volvió a resurgir, impulsada por la adopción del Aprendizaje Maquina (también llamado Aprendizaje Automático) tanto en startups de internet como en corporaciones, adentrándose aún más en el sector privado. Además, se lograron avances significativos en redes neuronales a medida que los ordenadores alcanzaban la capacidad de cálculo necesaria. No obstante, el campo de la IA enfrento su tercer "invierno" tras la caída de las puntocom en 2000.

Menciona que, a principios de la década de 2000, la IA resurgió nuevamente, demostrando

su resistencia, en la actualidad nos encontramos en una prolongada “época de la IA”. La gran crisis financiera de 2008 no provoco otro invierno de la IA, al contrario, esta adquirió mayor protagonismo al abordar la gestión del fraude y la optimización de costes para las instituciones financieras y las empresas afectadas por la recesión económica. Con una base económica sólida, el verano de la IA continuo, dando lugar a notables avances en procesamiento de lenguaje e imagen basados en redes neuronales, así como al surgimiento de redes sociales, aplicaciones de comunicación en la nube y normativas de protección de datos.

Por lo tanto, en los últimos años de esta prolongada “época de la IA”, la visión de la IA con la creatividad clara por la aparición del chat GPT en noviembre del 2022, ha llevado a la industria de la IA a niveles económicos sin precedentes, junto con una mayor conciencia pública, caracterizada por los grandes modelos de lenguaje, generación de imágenes e incluso la posibilidad de automatizar el trabajo creativo de oficina.

En la actualidad la Inteligencia Artificial General representa el próximo gran objetivo de los gigantes de Silicon Valley, como un paso intermedio hacia la superinteligencia. Ya están inmersos en investigaciones destinadas a mejorar los grandes modelos de lenguaje, dotándolos de capacidades de planificación y comprensión lógica especialmente en términos de sentido común.

2.2 MARCO CIENTÍFICO

2.2.1 Teoría de la sociedad red

Según (Castells, 2006), La organización de la sociedad actual se basa en redes de información vehiculadas por tecnologías digitales. Bajo esta perspectiva, la comunicación, la economía y la cultura se organizan mediante flujos de información que circulan a escala global sin estar centralizados, pero sí conectados.

Castells plantea que la revolución tecnológica, en especial la surgida con Internet y las TIC ha configurado una nueva forma de organización social, basada en redes y no en jerarquías como forma predominante. En este sentido, dentro de este planteamiento, la autoridad ya no está en las sólo en las estructuras físicas, sino que se fundamenta en la habilidad para manejar y dirigir el flujo de información en los espacios digitales.

En esta línea la comunicación institucional se transforma ya que las organizaciones se ven obligadas a integrarse a un mundo digital en el que la relación con quien tiene seguidores se torna permanente, rápida y recíproca. Lo que supone que las instituciones no solo se comunican, sino que son a su vez informadas, procesan y responden a la información en tiempo real dentro de complejos ecosistemas digitales.

2.2.2 Fundamentos de la inteligencia artificial

La IA es un campo de estudio relacionado con la construcción de agentes inteligentes, donde un agente inteligente es un sistema que percibe su entorno y actúa para maximizar sus posibilidades de alcanzar sus objetivos. Estos sistemas permiten que las máquinas procesen grandes cantidades de datos, identifiquen patrones y generen respuestas que pueden ser de forma autónoma o con alguna asistencia.

Entre sus campos principales están el aprendizaje automático, el procesamiento del lenguaje natural y la visión artificial, que ya han tenido una gran repercusión en diversos sectores, tal como la IA es un campo de estudio relacionado con la construcción de agentes

inteligentes, donde un agente inteligente es un sistema que percibe su entorno y actúa para maximizar sus posibilidades de alcanzar sus objetivos.

Estos sistemas permiten que las máquinas procesen grandes cantidades de datos, identifiquen patrones y generen respuestas que pueden ser de forma autónoma o con alguna asistencia. Entre sus campos principales están el aprendizaje automático, el procesamiento del lenguaje natural y la visión artificial, que ya han tenido una gran repercusión en diversos sectores, tal como la comunicación. (Castells, Manuel, 2006).

En el mundo de la comunicación, la inteligencia artificial ayuda a mejorar tareas como dividir a los usuarios en grupos adecuados, adaptar los mensajes a cada grupo, usar chatbots para responder automáticamente y estudiar las opiniones de las personas en las redes sociales. Esto muestra cómo las instituciones están cambiando la forma en que manejan su comunicación, haciendo que sea más efectiva, más ágil y basada en información real.

2.2.3 Inteligencia artificial aplicada a la comunicación institucional

Es uno de los aspectos más importantes que nos permite mejorar la información que se desarrolla dentro de la institución para de esta manera interactuar con la ciudadanía que nos rodea. La inteligencia artificial permite automatizar procesos comunicativos, analizar grandes volúmenes de datos y mejorar la toma de decisiones estratégicas dentro de las organizaciones. Entre las aplicaciones más comunes de la inteligencia artificial en esta área están los chatbots que ayudan a los usuarios, los sistemas que analizan las emociones de las personas en las redes sociales, la automatización de la publicación de contenido y la adaptación de los materiales según lo que hace el usuario.

Estas herramientas ayudan a las instituciones a atender, mejor las necesidades de las personas que las usan, para dar un servicio más bueno y hacer más eficiente la forma en que se manejan las comunicaciones. Además, ayudan a reconocer tendencias, opiniones y cómo la gente percibe las cosas en el momento, lo que permite tomar decisiones más

efectivas en las instituciones. Desde la perspectiva de la sociedad en red, estas tecnologías refuerzan la presencia de las instituciones en entornos digitales interconectados, donde la información fluye de manera constante y global.

2.2.4 Relación entre la teoría de la sociedad red y la inteligencia artificial

La conexión entre la teoría de la sociedad red y la inteligencia artificial ayuda a entender cómo está cambiando actualmente la comunicación institucional. En la sociedad conectada que describe Castells, la información se mueve por redes digitales a nivel mundial, y la inteligencia artificial sirve como una herramienta que mejora y hace más eficiente el flujo de esta información.

En este sentido, la inteligencia artificial no solo ayuda a manejar la comunicación de manera más eficiente, sino que también cambia la forma en que las instituciones se comunican con las personas que las siguen. La automatización, el análisis de datos y la personalización de contenidos se han convertido en elementos clave para lograr una comunicación institucional más eficiente y estratégica. Por tanto, la unión de ambas teorías nos ayuda a comprender que la comunicación institucional en la era digital no puede dejar de lado el uso de tecnologías inteligentes ni la estructura de redes globales en las que se desenvuelve (Castells, 2006).

Adicionalmente Según Yaguana (2022), la inteligencia artificial es un área aplicada en el mundo de la comunicación y el periodismo, y se enfoca en el uso de la IA para la narrativa sonora. La inteligencia artificial se usa para crear y analizar contenido de sonido, lo que significa que se aplican técnicas de IA para trabajar con audio, producir contenido o identificar patrones en los sonidos.

Esta investigación se centra en la tecnología y su inteligencia artificial en los medios de comunicación, explicando cómo se entiende el sistema de radio digital en Ecuador, donde la inteligencia artificial juega un rol importante en la automatización, personalización y análisis del contenido para su distribución.

2.2.5 Influencia de la Inteligencia Artificial (IA)

Según (Torres y León, 2015) En términos de influencia la IA tiene la capacidad de manipular datos personales para afectar los procesos sociales incluso la opinión pública. Los algoritmos son los que permiten a esta tecnología aprovechar la información y alterar el proceso unidireccional de la información, esto puede llevar a la polarización de criterios. Un efecto básico de la IA en este tiempo.

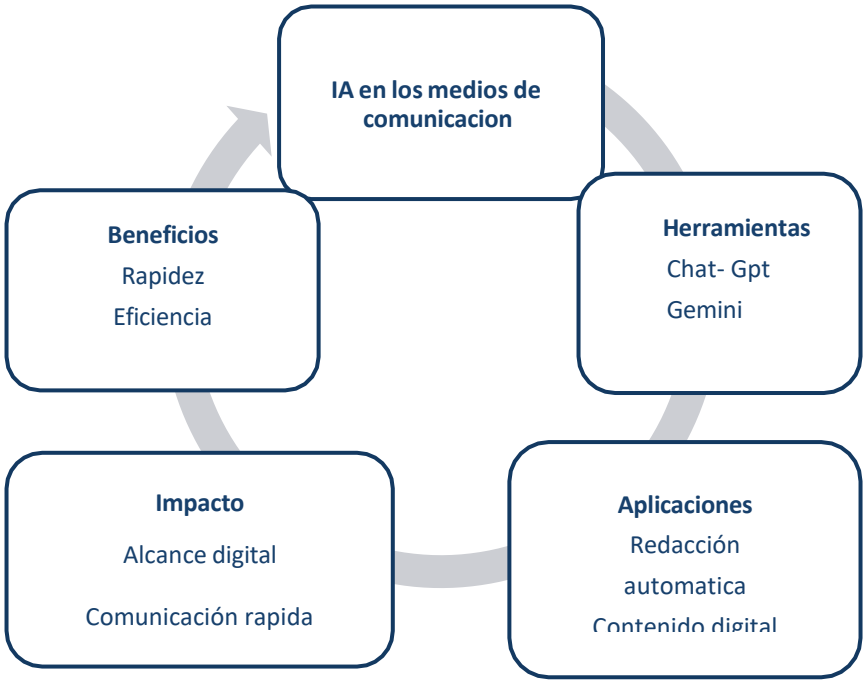
La IA pretende emular a la inteligencia humana en la realización de tareas específicas como en la generación de textos, contenidos audiovisuales básicos, a través de diseño con fines comunicativos. Esta forma de imitación de las características humanas en procesos de trabajo son una amenaza al que hacer del comunicador. Es necesario capacitar al profesional en comunicación para que no se vea superado por las tecnologías existentes.
Además, (Pilo, 2024, p.4). manifiesta que "(La IA) se desarrollará rápidamente, especialmente en el ámbito de la información, donde tiene un impacto significativo en la capacidad de generar contenido y artículos promocionales de manera eficiente".

La IA, es una parte esencial para la comunicación ya que es una influencia para las organizaciones, instituciones y empresas debido a que varias de ellas han crecido gracias a su incorporación de asistentes virtuales o dispositivos como los chatbots, principales en la interacción entre la máquina y los usuarios.
(Chiliquinga Javier, 2024, p.9) menciona que la ejecución exitosa de la IA pretende una trasformación reveladora en infraestructura, capacitación y desarrollo de talento. También, es preciso abordar los retos éticos y sociales incorporados a su uso.

Según (Palacios, 2025, p.4) La IA se ha convertido en una herramienta transformadora que tiene un impacto significativo en la sociedad actual, encaminada en crear sistemas idóneos de llevar a cabo tareas que normalmente demandan de la inteligencia humana, mismo que se ha visto un desarrollo acelerado en los últimos tiempos, debido a su gran progreso ha venido impulsando un aumento en la capacidad del proceso de datos.

(Raquel, 2023, p.11) habla que la influencia de la IA es clave, debido a que deben entregar informes regulares a la FTC (Comisión Federal de Comercio de EE. UU) sobre su actividad con la IA. Asimismo, las clientelas y defensores podrán consultar los informes. La FTC cuenta con el soporte corporativo en el congreso y tiene la jurisdicción de hacer desempeñar la normativa.

Figura 1. IA en los medios de comunicación



Fuente: (Pilo, 2024)
Elaborado: (Morejón Cynthia, 2026)

Según (Ramio, 2025) discute la Inteligencia Artificial y la gestión de datos en la administración pública, que es un sector en crecimiento aún en desarrollo, donde entre otros temas se discuten el desarrollo de soluciones que transforman servicios y políticas promovidas por agencias públicas, sus potencialidades y riesgos. Como potencial de las aplicaciones de IA para el sector público, se tienen desde el software de soporte para la gestión del conocimiento, herramientas que automatizan procesos, agentes virtuales que pueden ejecutar funciones similares a un ser humano, analítica predictiva y ciencias de la

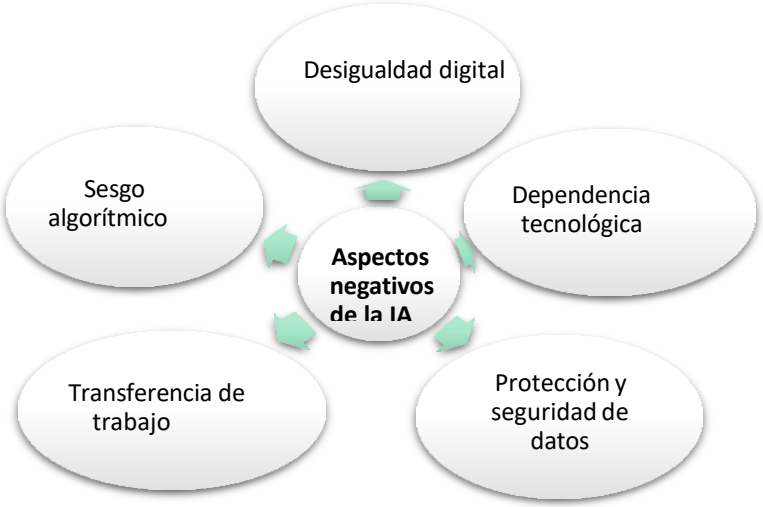
visualización, análisis de identidad, sistemas autónomos que pueden aprender y evolucionar, sistemas de reconocimiento y ayuda mediante la voz o reconocimiento de características físicas, sistemas de seguridad relacionados, por mencionar algunos (Wirtz etal..,2019). En cuanto a servicios para el Sector Público En el informe de Naciones Unidas sobre Gobierno señala que once países declararon que utilizan tecnologías como IA, internet de las cosas, blockchain, robótica y otras tecnologías emergentes para proporcionar servicios y administrar los servicios en línea (United Nations, 2018).

Entre IA y datos es importante señalar tanto las posibilidades como las exigencias, por un lado, la IA hace posible gestionar grandes bases de datos para mejorar el trabajo de los profesionales del sector público, especialmente a partir de la integración de bases de datos internas y externas donde se consideran datos de diferente naturaleza (datos visuales, audios, espaciales, etc.) y tanto cuantitativos como cualitativos, para generar nuevos resultados (Mehr,2017). Pero, por otro lado, las necesidades de datos para la IA son distintas a las de la analítica de datos tradicional. Para sus procesos de desarrollo autónomo la IA necesita ingentes cantidades de datos sobre los que fundamentar sus dinámicas de interacción y aprendizaje. En este sentido también es importante fijarse en el tipo de datos que se aportan, puesto que el aprendizaje se basará en ellos (Susar y Aquaro, 2019).

Así que, porque el sesgo o confusión es para ser evitado, los científicos de datos deben estar claramente definidos sobre el tipo de datos que iban a ser utilizados. Además, la IA enlaza los datos con los procesos de acción y aprendizaje en tanto que los utiliza para proporcionar resultados para decidir y actuar ante un problema considerado, mientras que simultáneamente hace uso de tales datos y resultados para su propio proceso de aprendizaje y mejoramiento. Por ello resulta fundamental combinar datos, tecnología y procesos para producir sistemas integrados de IA en la organización (Ramio, 2025).

2.2.6 Inteligencia artificial (IA) para comunicación

Figura 2. Aspectos negativos de la IA



Fuente: (Segarra, 2024)
Elaborado por: (Morejón Cynthia, 2026)

(Uso de la IA en la Comunicación, 2024) La promoción y las relaciones públicas siguen siendo componentes clave en las comunicaciones de marketing y en las operaciones empresariales. La reciente incorporación de la inteligencia artificial (IA) en la promoción y en las relaciones públicas ha cambiado el ecosistema de marketing actual y se espera que conduzca a cambios inimaginables en el futuro (Gouda et al., 2020). En las relaciones públicas, la inteligencia artificial ofrece una nueva relación entre humanos y máquinas inteligentes, permitiendo a los profesionales del campo crear campañas basadas en datos, automatizar tareas basadas en la repetición, analizar conversaciones online, predecir crisis e incluso crear contenido personalizado (Alawaad, 2021). Cada vez más, organizaciones de distinto tipo, así como sus departamentos de comunicación interna o las agencias que las representan, recurren a la inteligencia artificial (IA) para mejorar sus capacidades. (Galloway y Swiatek, 2018). Según Panda et al. (2019)

La inteligencia artificial, gracias a su habilidad para aprender por sí misma, proporciona a los expertos en relaciones públicas un recurso que les permite no solo utilizar la información del big data, sino que también sirve como un mecanismo que puede interactuar de manera independiente ante tweets y preguntas, quejas, noticias y otros mensajes en las redes sociales.

2.2.7 Pequeña perspectiva histórica de la producción intelectual asociada a la IA

(Herrera, "et al.", 2024) La procedencia de la inteligencia artificial es un asunto complicado si se considera una visión integral como base. Las tendencias que llevan hasta las aplicaciones más contemporáneas de la IA derivan de la continua investigación sobre las posibilidades de replicar las capacidades del cerebro humano en herramientas que actualmente reemplazan exitosamente funciones previamente exclusivas de la habilidad racional de los individuos.

Según Sossa y Peña (2019), esto se enmarca dentro de los esfuerzos asociados al desarrollo de las conocidas Las Revoluciones Industriales (RI) y cómo se pueden poner en práctica en determinado contexto social. En un estilo de cronología, estos autores presentan la IA como parte de la cuarta RI. En esta cuarta Revolución, las tecnologías digitales han pasado a primer término y las personas se encuentran inmersas dentro de una gran cantidad de instrumentos u objetos multimedia.

Esta nueva realidad exige que las personas tengan un actitud activa y disciplinada para enfrentarse a un contexto donde se procesa información con alto nivel de complejidad, a menudo contradictoria o incompleta, la gente tiene que aprender a hablar en humano, y también en las herramientas que provee la IA, no es que se ponga en duda la importancia para el ser humano de la interacción social, sino que se favorezca la comunicativa en cualquiera que sea su ámbito o esfera.

El desarrollo de la IA está indisolublemente unido a la figura de Alan Turing, a quien se le atribuyen sus comienzos, con la publicación del artículo: "Inteligencia y Máquinas Informáticas". En éste, plantea la posibilidad de demostrar si una máquina puede alcanzar un nivel de inteligencia similar al de los seres humanos (Caparrini, 2021). Otros relacionan el surgimiento de la IA con los trabajos de McCarthy, Minsky y Shannon, quienes en 1956 proponen la creación automática de computadoras, redes neuronales, programación informática y creatividad como parte de la abstracción y azar propios del pensamiento humano (Barrera, 2012).

En este recorrido histórico, Coca y Llivina (2021) destacan la existencia de logros y fracasos de la IA. Resultó significativo en sus inicios la creación del lenguaje LISP, un lenguaje de programación, y las redes neuronales “Adaline y Perceptrón”, que funcionaban para resolver problemas específicos en el campo de la computación. Sin embargo, durante el mismo periodo, hubo una fase de estancamiento, consecuencia de la actitud cautelosa, sobre todo de los gobiernos, invertir en la mejora de las herramientas de IA utilizadas en los procesos de administración pública.

Las inversiones en el sector privado a principios de los años 1990 revivieron la inteligencia artificial, especialmente en términos de su aplicación tecnológica (Pardiñas, 2019). Mejoró su aplicabilidad a procesos que eran anteriores, exclusivamente humanos fomentan el progreso tecnológico y fortalecen la relación entre el ser humano y las máquinas creadas por él. Aplicaciones como Siri de Apple, Alexa de Amazon y Bixby de Samsung forman parte de esta evolución de la IA, que busca mejorar las actividades cotidianas, ya sea en hogares, centros educativos, lugares de trabajo o espacios de recreación. Temáticamente y también se debe tener considerando, por ejemplo, el concepto de inteligencia, que sólo se aplica a la tecnología. El hombre por excelencia es su propio procesador entorno, de las exigencias que este le plantea, para que pueda superarlas, sólo es posible utilizando el liderazgo de su servicio de inteligencia. Inteligencia artificial y sus conceptos.

Una forma de resumir el concepto de IA sin contar definiciones dada en la literatura especial es aceptarla como un proceso de transformación cultural y formas de interacción social. Uso de tecnologías digitales, dispositivos derivados. De ellos, reflejan un cambio cultural y su dirección y aplicaciones son irresistibles. IA en diferentes lugares donde vive la gente. hogar, trabajo, educación, política, administración pública, vida amorosa son entre otras áreas (Herrera, “et al.”, 2024).

2.2.8 Teoría institucional

Señala que la sociedad ha pasado de una etapa industrial a una sociedad de la información, donde lo principal no es sólo la producción de bienes, sino también el intercambio de información, símbolos y servicios.

Comunicación institucional es una actividad interdisciplinaria que integra comunicación y servicio y va más allá de los acuerdos tradicionales que se centran en la producción y la publicidad para incluir la distribución de mensajes, información y servicios
Revolución de los servicios y las comunicaciones, describe una revolución de servicios en la que la comunicación institucional se convierte en un vector esencial en la difusión de información y servicios. La comunicación institucional se integra con tecnología multimedia interactiva y sistemas de información que transforman la forma en que las organizaciones interactúan con sus audiencias.

2.2.9 Comunicación institucional

La comunicación institucional es el grupo de métodos, pasos y acciones que utiliza una organización para relacionarse con las personas dentro y fuera de ella. Su objetivo principal es crear una identidad corporativa, mejorar la reputación de la institución y generar confianza entre los diferentes grupos que la interesan.

Hasta hace poco, la forma en que las instituciones se comunicaban seguía un modelo lineal, donde la organización era la que mandaba mensajes a través de medios de

comunicación de gran alcance. Pero con el avance de las tecnologías digitales, este modelo se ha convertido en sistemas que permiten una interacción y comunicación en ambos sentidos. Hoy las instituciones usan herramientas digitales como redes sociales, páginas web y programas automatizados para hablar con las personas que les importan.

2.2.10 Imagen de la empresa y percepción pública.

De acuerdo con Capriotti, la imagen corporativa es la percepción de una empresa por parte de un público. Esta experiencia se basa en la experiencia, información y comunicación. La imagen no es algo que controle directamente la organización, sino que se genera en el imaginario colectivo. Por ello puede fluctuar entre los seres humanos y aún más entre colectividades. Capriotti, sostiene que la imagen de una empresa es dinámica y cambiante y por ello las organizaciones deben gestionar de forma adecuada sus mensajes para hacer que la percepción en los públicos sea positiva.

La reputación de la empresa es uno de los conceptos más importantes en la teoría de Capriotti, se entiende como una valoración global que el público crea para la organización a lo largo del tiempo. La reputación se basa en la conexión entre lo que es una organización (identidad), lo que comunica (imagen) y lo que hace (comportamiento). Una buena reputación genera confianza, confiabilidad y lealtad del público. Hoy en día, la reputación también se construye en el entorno digital, donde las opiniones de los usuarios pueden influir rápidamente en la percepción de una institución. (Costa, 2008).

2.2.11 La relación entre Costa y Capriotti en la gestión institucional

Las teorías de (Capriotti Paúl, 2013) se complementan para comprender la comunicación institucional mientras Costa enfatiza la comunicación como un sistema integrado donde todo comunica, Capriotti se centra en la gestión estratégica de la identidad, la imagen y la reputación.

Ambos autores están de acuerdo en que la comunicación institucional se ha de planificar, coordinar y debe ser estratégica. Asimismo, entienden que la opinión pública es importante para el posicionamiento de las organizaciones. En su totalidad, sus teorías nos ayudan entender a la comunicación institucional como un proceso multifacético que incorpora tanto lo interno como externo, lo simbólico y estratégico, lo organizacional y social.

2.2.12 Las competencias profesionales en la gestión de recursos humanos

Un componente especialmente crítico para facilitar el desarrollo de la gobernanza de datos como un instrumento de apoyo al impulso de la IA es el referido a los profesionales que integran la admiración pública. Entre las actuaciones incluidas en este componente destacan las encaminadas a redefinir perfiles y competencias, atraer candidatos externos si estos no se encuentran o no pueden desarrollarse fácilmente en la organización, pero también las que suponen transformar el modelo de gestión para facilitar su imprescindible adaptación, incorporando además la nueva cultura del dato que se promueva (Ramio, 2025). Así, en esta área sobresalen los perfiles profesionales que tenía que favorecer la Administración para facilitar el diseño, la ejecución y el desarrollo de la gobernanza de datos. Para ellos tienen que incorporarse perfiles (o promover la transformación de profesionales que ya forman parte de la organización) tales como analistas de datos, científicos de datos, desarrolladores, especialistas en ciberseguridad, ingenieros de redes y profesionales de sistemas de información, por nombrar algunos.

Pero, no tan solo en cuanto a perfiles asociados directamente a las tareas concretas de la gobernanza de datos para facilitar trabajar la nueva cultura de los datos en sus aplicaciones a los procesos y procedimientos, a las dinámicas del conjunto organizacional y en definitiva, a su transformación, se hace igualmente necesario renovar capacidades técnicas y directivas de toda una organización. Para eso hay que invertir en la educación en y los procesos de cambio cultural que el desarrollo de una cultura de datos y su vinculación con IA en la organización conlleva, involucrando e involucrando a los grupos que serán usuarios de la misma (Ramio, 2025).

No obstante, limitar las propuestas de cambio de esta pieza a las focalizadas en las competencias (formación y capacitación), o en la definición e incorporación de nuevos perfiles, o en el desarrollo de nuevos métodos de trabajo (y estilos de liderazgo), es olvidar la transformación sustantiva que supone la gobernanza de datos y que afecta de lleno a los profesionales de la administración pública.

2.2.13 Teoría de la imagen corporativa

La percepción que se construye sobre una empresa está fundamentada en varios aspectos, como la forma en la que se comunica la entidad, la atención prestada al cliente, calidad del servicio, presencia en medios y actividad en el mundo digital. Se señala que la imagen de una empresa no es algo que pueda controlar en absoluto, pero sí puede gestionar la misma mediante unas estrategias de comunicación bien definidas. (Costa, 2008).

Por lo tanto, las organizaciones deben estar en continua mutación para que su identidad se mantenga alineada con la imagen que ofrecen a sus públicos. Un sistema de comunicación y de organización que funcione como un conjunto. Para Costa la comunicación institucional debe" verse como un todo homogéneo (Costa, 2008).

Esto significa que a todos los niveles de la organización debe fluir la comunicación. En un sentido amplio, la comunicación incluye tanto a la comunicación interna como a la externa. La comunicación interna son las relaciones que se establecen en el interior de la empresa y la externa se dirige a diferentes colectivos como clientes, medios de comunicación, proveedores o la propia sociedad (Costa, 2008).

Según Costa es fundamental que exista una igualdad en ambos ámbitos para que se proyecte una imagen institucional fuerte. Cuando una organización se expresa de manera dispersa, hay contradicciones que afectan su credibilidad y su reputación (Costa, 2008).
Sistema de comunicación organizacional.

En la teoría de Costa, el sistema-entendido-como-unión de tal forma que podemos concebirlo como un sistema de comunicación-. Desde esta perspectiva, cualquier evento dentro de la organización es un mensaje, también los mensajes de los eventos no provocados en la organización. Elementos como la estructura, la conducta de los empleados, en cómo se entiende la institución, el tratamiento dado a los clientes, procedimientos internos, todo forma parte de esta comunicación. Por tanto, la comunicación no es considerada como ámbito separado sino función transversal a toda la organización. De este modo, la comunicación institucional debe gestionar todos estos aspectos para ofrecer a su público una experiencia homogénea. La desarticulación en el sistema de comunicación puede dar lugar a mensajes contradictorios que dañen la imagen institucional. (Costa, 2008).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Variable 1: Inteligencia Artificial

2.3.1.1 Programas informáticos

Los programas informáticos procesan datos de una forma u otra, pero orientados a la programación interna los objetos rechazan la metáfora de la línea de montaje, de esta forma el dogma básico de la programación orientada a objetos es que el software debe desarrollarse utilizando los mismos métodos que se utilizan (Beekman, 2005).

Uso de ordenadores para trabajo humano

En su trabajo (Castells, 1996), Afirma que el uso de la computadora ha transformado profundamente el trabajo humano, lo que ha llevado a la formación de una sociedad que se basa en la información y el conocimiento. Desde su perspectiva, las tecnologías digitales ayudan a automatizar tareas, mejorar la forma de manejar la información y hacer más fácil la comunicación entre los trabajadores, lo que genera más eficacia y resultados mejores en muchas áreas de la industria.

También menciona que las computadoras han abierto nuevas oportunidades de trabajo, como trabajar desde casa y hacer actividades en línea, pero también se preocupa por

problemas como el desempleo por la automatización y la gran dependencia de la tecnología.

De esta manera, el autor concluye que el trabajo en la era digital se estructura en torno a redes interconectadas que están redefiniendo las dinámicas laborales tradicionales (Castells, 1996).

2.3.1.2 Procesos de creación informática

Según (Gonzáles, 2016), manifiesta que estos procesos incluyen etapas básicas como análisis de necesidades, desarrollo de soluciones, desarrollo de software y posterior implementación. Además, permiten transformar actividades manuales en procesos automatizados, mejorando la eficiencia y productividad de las organizaciones.

2.3.1.3 Gestión de la Comunicación institucional

2.3.1.3.1 Acciones estrategias y canales organizados

La comunicación organizacional se configura como un proceso fundamental en las instituciones porque integra acción, estrategia y un conjunto de canales organizados encaminados al cumplimiento de los objetivos institucionales. Las estrategias también juegan un papel clave, ya que permiten definir qué se debe comunicar, a quién se dirige el mensaje y cuáles son los medios más adecuados para lograr una interacción suficiente con los grupos destinatarios internos y externos (Correal , 2009).

Asimismo, el autor señala que los canales de comunicación son un elemento esencial en este proceso, ya que facilitan la transferencia de información y promueven la coordinación de actividades en la organización, como las interacciones del día a día entre los participantes. Acciones, estrategias y canales organizados en conjunto nos permiten fortalecer la estructura comunicacional de la organización, mejorar el clima laboral y crear una imagen coherente y estable para el entorno (Correal, 2009).

2.3.1.3.2 Identidad

Hace énfasis a lo que enfrenta, resuelve posibles los posibles problemas que se desarrollan dentro de las instituciones con otros humanos, grupos y entidades. A nivel profesional la identidad se conoce a las acciones, actitudes, habilidades, metas y logros con que se caracteriza cada trabajador.
En contexto la identidad también hace relación a su cultura, costumbre, creencias con las que cada ser humano se desenvuelve en su entorno. (Rojas, 2004)

2.3.1.3.3 Valores

Los valores se entienden como cualidades o principios que nos permiten valorar el significado o importancia de las cosas, personas o acciones en la sociedad. Según la autora Ana María Fernández, el valor se percibe como la idoneidad o significado que tiene algo que le permite destacar y diferenciarse de otros elementos.

De este modo, los valores son las cualidades que hacen que una persona, una acción o un objeto sean importantes o fundamentales en un contexto determinado, los valores también son principios que guían el comportamiento humano desde un punto de vista filosófico y ético. Ayudan a distinguir entre el bien y el mal.

En este sentido, los valores son como reglas que rigen nuestras acciones. Representan creencias importantes que nos ayudan a entender la vida y a vivir en sociedad, los valores son fundamentales para las personas. Les ayudan a elegir lo que deben hacer. (Fernández, 2021, p. 1)

2.3.1.3.4 Objetivos

Los objetivos de la investigación se definen como la intención o propósito que guía el diseño de la investigación, que dirige las actividades hacia el logro de resultados específicos.

Según (Coronel, 2023), los objetivos constituyen el eje central de toda investigación, porque permiten estructurar el proceso y facilitan la solución del problema. En este sentido, los objetivos son fundamentales porque organizan el trabajo investigativo y evitan desviaciones durante el desarrollo, lo que asegura que los resultados sean coherentes y relevantes para el propósito de la investigación.

2.3.1.4 Comunicación interna y externa

La comunicación interna y externa es un elemento fundamental de la organización, ya que permite relaciones efectivas tanto internamente como con el entorno. Según (Capriotti, 2016) la comunicación interna es un conjunto de procesos que permite el flujo de información entre los integrantes de una corporación y solidifica la cultura institucional, la motivación y el sentido de pertenencia. La comunicación externa está dirigida hacia grupos objetivo externos, como pueden ser clientes, instituciones o la sociedad en general; con la misión de transmitir una imagen positiva y homogénea de la organización, por tal motivo, ambos tipos de comunicación resultan imprescindibles para la consecución de objetivos en las entidades y para su adecuada colocación en el medio.

Reputación

La reputación es algo que se crea en la sociedad basado en lo que la gente piensa de una persona u organización. Esto se forma a partir de lo que hacen y cómo se comportan con el tiempo.Según Sonia Aránzazu Ferruz González en 2017, la reputación es como una imagen que la gente tiene en su cabeza sobre una entidad. Esta imagen se crea a partir de las experiencias que han tenido, la información que han recibido y lo que esperan.

En este sentido, la reputación no solo depende de lo que la organización dice, sino también de cómo la gente interpreta lo que hace. La reputación es entonces algo muy importante en el mundo de las organizaciones.

Presencia Digital

La recreación virtual consiste en que individuos o colectivos desarrollan actividades en un mundo virtual, allí, se comunican, interactúan y establecen relaciones con tecnologías y medios digitales, un investigador llamado Lazo en el año 2016 afirmó que la comunicación en internet es vital para la vida social y laboral, de esta manera, la gente puede comunicarse y compartir información a través de una red. Así que tener presencia digital no es tan sólo estar en Internet, sino también gestionar la comunicación y la interacción con las personas en el mundo digital.

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 Constitución de la Republica del Ecuador

Primero, la Constitución de la República del Ecuador reconoce derechos fundamentales relacionados con la comunicación y el acceso a la información. El artículo 16 garantiza el derecho a la comunicación libre, intercultural, inclusiva y participativa, mientras que el artículo 18 establece el acceso transparente y oportuno a la información pública. Asimismo, el artículo 227 señala que la (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, 2008). Administración pública se rige por principios como eficiencia, eficacia, calidad y transparencia. En este contexto, el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, incluida la inteligencia artificial, contribuye a mejorar la eficiencia y la calidad de los procesos de comunicación en las instituciones estatales. (COOTAD)

El artículo 466 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) establece que la construcción, instalación y organización de redes para la prestación de servicios de telecomunicaciones, incluidos los servicios de suscripción de audio y video, así como redes similares como las eléctricas, deberá realizarse preferentemente a través de canales subterráneos, utilizando canales, cámaras u otros medios de regulación subterráneos competentes colocados en la infraestructura. institución.

En los casos en que no sea posible la implementación subterránea, se requerirá el permiso de la autoridad regulatoria correspondiente o su representante delegado (CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, 2015).

2.4.2 Ley Orgánica de Comunicación

Por otro lado, la (Ley Orgánica de comunicación, 2013) regula las prácticas comunicativas en el país y promueve principios como la transparencia, la disponibilidad de información y la responsabilidad social. Este reglamento apoya la gestión de la comunicación institucional en las estructuras públicas, permitiendo el uso de nuevas tecnologías digitales, incluida la inteligencia artificial, como herramientas estratégicas para mejorar la difusión de información y fortalecer las relaciones entre el Estado y los ciudadanos.

Ordenanza Municipal

Asimismo, la ordenanza municipal del cantón de Guaranda son instrumentos normativos locales que regulan la organización y funcionamiento del gobierno cantonal. Estas disposiciones permiten implementar políticas orientadas a la innovación tecnológica y al fortalecimiento de la comunicación institucional de acuerdo con las necesidades territoriales y el desarrollo local. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda).

2.4.3 Estatutos del Gad

El artículo 6 del Reglamento de Establecimiento y Funcionamiento de las Asociaciones Autónomas Descentralizadas conviene que los gobiernos autónomos descentralizados deben emitir decisiones preliminares confirmando su participación en la formación de asociaciones o consorcios, confirmando la firma del contrato y garantizando la asignación de fondos. Estas decisiones forman parte de los documentos de autorización (reglas de funcionamiento y fundación de GAD 2018). Asimismo, los órganos legislativos del GAD aprobarán dicha participación con mayoría simple de votos, mientras que el GAD parroquial lo hará en dos sesiones de conformidad con el artículo 323 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. (REGLAMENTO CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO MANCOMUNIDADES DE LOS GADS, 2018).

2.5 MARCO GEOREFERENCIAL

2.5.1 Origen de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados son instituciones que integran la organización territorial del Estado ecuatoriano y se rigen por la Constitución de la República del Ecuador (Artículos 238-241) y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) (Cesar Stalyn Santana Castillo, 2021).

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados son instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política administrativa y financiera, y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana. Están organizados de la siguiente forma: GADS: Regionales, Provinciales, Cantonales y Parroquiales (Cesar Stalyn Santana Castillo, 2021).

El Censo de Información Económica Ambiental en Gobiernos Autónomos Descentralizados es una encuesta dirigida a 221 gobiernos locales y 24 gobiernos provinciales de nuestro país, que tiene como objetivo obtener información ambiental para el desarrollo de indicadores ambientales sobre gestión ambiental, manejo de residuos sólidos, uso de recursos hídricos, tratamiento de aguas residuales, gasto e inversión en gestión ambiental para implementar el plan nacional para un buen vivir (Cesar Stalyn Santana Castillo, 2021).

Con la vigencia del COOTAD que derogó la ley de municipalidades en décadas pasadas se vino a originar en un 100% mejor a las diferentes provincias por distrito en número de hasta uno y dos a diferencia de la provincia del Guayas que por su expansión territorial tiene cuatro 4 distritos que comprenden las partes más populares de la ciudad, lo que permite una mejor organización hasta para la elección de los representantes de la provincia más grande del Ecuador (Cesar Stalyn Santana Castillo, 2021, p. 2).

2.5.2 Parroquia Santa Fe

Ilustración 1. Mapa de la Parroquia Santa Fe



Nota: Mapa donde se ve la Parroquia Santa Fe (Google Maps. (s.f.), 2026)

El nombre de la parroquia de Santa Fe nació en honor al señor Manuel Zapata Mariño. Originario de Santa Fe de Bogotá (Colombia), el mismo que llegó a Santa Fe en 1880, lleno de entusiasmo al ver el desarrollo de la parroquia, como ejemplo de ello, realizó trámites para importar de España 16 instrumentos musicales, entre ellos 2 tonadas y una guitarra española; Con esto logró crear el primer grupo de músicos de la provincia de Bolívar, al que llamaron "Banda Zapata", que se formó con músicos del cantón (Guido Bricio, 2024).

La Parroquia Santa Fe se creó el 23 de abril de 1884. La agricultura es la principal manera en que la gente de allí se gana la vida. Las cosechas que se pueden cultivar dependen de la altura a la que se encuentra el terreno sobre el nivel del mar.

En las zonas más altas, la gente cultiva trigo, papa y cebada. En cambio, en las zonas más bajas, donde hay canales de riego, se pueden cultivar maíz, frijoles, acelgas, espinacas, coles, lechugas, coliflores, remolachas y zanahorias. La variedad de cultivos es bastante grande (Rochina Laura, TIiamba Elvia, 2012).

Es conocida por las festividades de Jesús del Gran Poder que se celebra el 28 de agosto y la festividad de la Virgen del Quinche el 23 noviembre, a su vez en los últimos años se ha destacado por ser una de las parroquias más representativas en el desfile del Carnaval, para lo cual visitan turistas de la provincia y de todo el país (Rochina Laura, TIiamba Elvia, 2012).

Ilustración 2. Ubicación de la Parroquia



Nota: Adaptado de https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/santa-fe/, por Calero (2023).

2.5.3 Ubicación

La parroquia rural Santa Fe forma parte del cantón Guaranda, ubicado en la provincia de Bolívar, dentro de la región Sierra-Centro de Ecuador. Su altitud promedio es de 1. 400 metros sobre el nivel del mar, presentando un clima templado y húmedo, ideal para actividades agrícolas.

En términos geográficos, Santa Fe se encuentra en la parte sureste de la provincia, limitando con:

Ubicación: Suroeste del cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, Ecuador.

Distancia a Guaranda: 5 km.

Altitud: 2670 m s. n. m.

2.5.4 Límites

Norte: Parroquia Julio Moreno.

Sur: Cantón Chimbo

Este: Ciudad de Guaranda y Parroquia San Simón.

Oeste: Parte del cantón Chimbo y parroquia Julio Moreno.

Clima: Montano bajo o templado.

Economía: Principalmente agrícola, con productos que se comercializan en la ciudad de Guaranda

Características Sociales y Económicas

Santa Fe es una parroquia mayoritariamente rural, donde la gran parte de su población se dedica a:

La agricultura (cultivo de caña de azúcar, café y frutas tropicales),

La ganadería a pequeña escala,

Y en menor grado, al comercio local.

En Santa Fe, el acceso a internet y servicios tecnológicos es limitado:

Solo una fracción de la población tiene una conexión fija o móvil confiable.

Las entidades públicas disponen de un servicio de internet básico.

La telefonía móvil es el medio principal de comunicación digital.

Esta situación representa un reto y, a su vez, una oportunidad para la modernización comunicacional mediante la incorporación de tecnologías como la inteligencia artificial.

Relevancia Geográfica para la Investigación

Elegir Santa Fe como un área de estudio es relevante porque:

Es una parroquia rural que necesita un fortalecimiento institucional,

Su acceso a innovaciones tecnológicas es escaso,

Y ha mostrado un creciente interés en iniciativas de modernización administrativa y comunicación con la comunidad.

La implementación de estrategias comunicativas que utilicen IA en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Santa Fe podría convertirse en un modelo a seguir para otras áreas rurales con características similares en la provincia de Bolívar. (S/n, 2025)

CAPÍTULO III.

3. Metodología

3.1. Tipo de investigación descriptiva

La investigación descriptiva es uno de los enfoques básicos de la metodología científica, desarrollado ampliamente por Roberto Hernández Sampieri en su obra Metodología de la Investigación. Este tipo de investigación está diseñada principalmente para describir las propiedades, características y perfiles de un fenómeno, población o situación específica, sin necesariamente intentar explicar las causas que lo provocan.

Así, la investigación descriptiva se orienta a responder preguntas como: ¿Qué es el fenómeno? ¿Cuáles son sus propiedades? ¿Cómo se manifiesta en determinados escenarios? A diferencia de otros tipos de investigación, como la investigación explicativa el propósito de este enfoque no es identificar causas y consecuencias, sino brindar una descripción minuciosa y sistemática de la realidad bajo estudio. Una de las más importantes características de este tipo de investigación es que se ocupa de variables que pueden medirse o bien observarse de manera individual o conjunta. Para ello, el investigador utiliza diversos métodos de recogida de datos, como encuestas, entrevistas, observación directa o análisis documental. Luego, estos datos se organizan, analizan e interpretan para proporcionar resultados claros y comprensibles. (Sampieri, 2006).

Los estudios descriptivos son muy útiles. Pueden analizar datos numéricos y también datos que no son numéricos. Por ejemplo, puedes ver qué porcentaje de estudiantes usa las redes sociales. También puedes consultar con los estudiantes sobre qué piensan de las redes sociales. Esto hace que los estudios descriptivos sean muy útiles en muchas disciplinas, tales como educación, psicología, sociología, y administración. Un ejemplo sencillo de estudio descriptivo es determinar cómo estudian los estudiantes en una escuela. Se puede pensar en cosas como cuántas horas pasan estudiando, qué técnicas utilizan para aprender y dónde hacen su trabajo.

En este caso, el objetivo es describir lo que ocurre sin intentar decir por qué sucede. En resumen, según Sampieri, la investigación descriptiva es muy importante en el proceso científico, porque ayuda a entender y ver cómo se presenta un fenómeno en la realidad, lo cual sirve como base para estudios más detallados, como los correlacionales o explicativos. Su importancia está en que da información clara y bien ordenada que ayuda a tomar decisiones y a seguir haciendo investigaciones después. (Sampieri, 2006).

Enfoque cuantitativo

Según, (Sampieri, 2006), señala en su libro que el enfoque cuantitativo, se fundamenta en datos numéricos y análisis estadístico para tener un estudio más objetivo, su intención es probar hipotesis e identificar relaciones entre variables. Está orientado a usar técnicas como encuestas, cuestionarios y experimentos que permiten obtener resultados medibles, precisos y verificables, lo cual proporciona resultados objetivos que pueden generalizarse y servir como base para futuras investigaciones.

3.2 Estudio descriptivo

Según la metodología de investigación de Roberto Hernández Sampieri, la investigación descriptiva se caracteriza por centrarse en esclarecer y analizar las características de un fenómeno sin buscar explicaciones causales. En este caso, este tipo de investigaciones pretende dar respuesta a preguntas concretas sobre el comportamiento de los jóvenes hacia los vídeos musicales, como el tiempo que dedican a verlos, el grado de interés que muestran, el lugar que ocupa este contenido en sus preferencias y el tipo de material que utilizan según su contenido sexual. (Sampieri, 2006).

Este enfoque nos ayuda a ver la realidad de forma realista, recolectando información que explica las costumbres, preferencias y formas en que las personas actúan (Sampieri, 2006).

3.3 Enfoque cualitativo

Este estudio está diseñado según el enfoque cualitativo sugerido por Roberto Hernández Sampieri en su obra Metodología de la Investigación. Este enfoque se caracteriza por la comprensión de los fenómenos desde la perspectiva de los participantes, el análisis de su experiencia, percepción y significado en un contexto determinado.

Una búsqueda cualitativa está orientada a la comprensión de un fenómeno desde dentro más que hacia fuera con números. Esto permite obtener una visión más nítida y precisa del problema. En la presente investigación el enfoque cualitativo es fundamental, debido a que pretende conocer de qué manera la inteligencia artificial impacta la gestión comunicativa del GAD Parroquial de Santa Fe. Para eso, se consideran las opiniones y vivencias de los participantes. El método cualitativo se asocia fuertemente con el paradigma interpretativo (también conocido como paradigma constructivista). Este punto de vista sostiene que la realidad no es única ni está cristalizada para todos, sino que cada uno la construye en base a su manera de interpretar y entender lo que lo rodea.

El paradigma interpretativo o constructivista se interesa en la manera en que los participantes entienden su mundo social, el significado que tienen sus acciones dentro de ese mundo y, por ende, el investigador tiene un papel importante para conocer el fenómeno. En este estudio, este enfoque nos ayudará a entender cómo los funcionarios del GAD Parroquial Santa Fe ven el uso de la inteligencia artificial en los procesos de comunicación y cuánto valoran su implementación. Además, este enfoque considera que el conocimiento se crea entre la persona que investiga y los participantes, lo cual implica un proceso que cambia y se adapta constantemente. Por eso, se emplearán técnicas como las entrevistas y la observación para obtener información más completa y que esté en el contexto adecuado. (Sampieri, 2006).

Métodos de investigación Método Deductivo

El método deductivo, propuesto por Rene Descartes en su obra El Discurso del método, se basa en el uso de la razón como herramienta principal para adquirir el conocimiento verdadero.

Este método consiste en tomar ideas claras y obvias como principios generales para luego llegar a determinadas conclusiones en un proceso lógico y ordenado.
Descartes recomienda reglas básicas como no aceptar como verdadero algo si no es obvio, dividir los problemas en partes, pasar de lo simple a lo complejo y revisar todo con atención, lo que nos permite construir ciertos conocimientos basados en la razón. (Descartes Rene, 1637)

3.3.1 Método Inductivo

El método inductivo es una forma de pensar que se basa en la observación de casos específicos para llegar a ideas generales. Este tipo de razonamiento se relaciona más con la experiencia y el sentimiento que con el método deductivo, que se enfoca en la razón.
En la forma de pensar de Descartes, el conocimiento científico es más fuerte cuando se combinan los dos métodos. La inducción nos da información sobre la realidad, mientras que la deducción nos permite organizar la información de manera lógica y verificarla. De esta manera, ambos métodos contribuyen al desarrollo del pensamiento científico moderno. (Descartes Rene, 1637)

Cabe informar que para el procesamiento de la información se tomara en consideración el análisis temático y atravez de una matríz de análisis de contenido.

3.4 Análisis de contenido

Este tipo de análisis se realiza de una manera cuantitativa y a su vez es un método que se usa para analizar cualquier forma de comunicación de manera objetivo y de forma ordenada, donde se organizan los mensajes o contenidos en grupos y subgrupos, y luego se estudian con métodos estadísticos. (Sampieri, 2006, p. 283).

3.5 Análisis Temático

El análisis temático es un método cualitativo para identificar, analizar y reportar patrones (o temas) dentro de los datos. A diferencia de las técnicas estadísticas que dependen de la representación numérica, el análisis temático se centra en los significados, experiencias y perspectivas expresadas en las palabras de los participantes (Taylor Mike, 2025)

3.6 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

TÉCNICA E INSTRUMENTOS CUESTIONARIO CUALITATIVO
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA: COMUNICACIÓN

Nombre del Proyecto: Inteligencia artificial para la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe, periodo marzo-junio 2026	No. de participantes: 9	Lugar: Salón del GAD Parroquial Santa Fe
Fecha: 6 de mayo del 2026	Hora: 10:00 am	
OBJETIVO: Analizar cómo la Inteligencia Artificial influye en la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe.		
CUESTIONARIO PARA LA APLICACIÓN DEL FOCUS GROUP		

1.	¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?
2.	¿Para qué podría servir la IA en el GAD?
3.	¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?
4.	¿Cómo difunden las políticas, programas o eventos a los habitantes del sector?
5.	¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?
6.	¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?
7.	De los siguientes procesos creativos de la IA que se mencionan a continuación: Canva, Gemini, Flex Clip, ¿en cuáles considera que se debe capacitar al personal del GAD?
8.	¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?
9.	¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?
10.	¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?

Nota: Para tener un respaldo del trabajo se grabará audio y video.

Alex Rocero
PRESIDENTE

Cynthia Morejón
ESTUDIANTE

3.7 Técnica Focus group

Es un tipo de investigación que se usa para entender mejor algo, donde se reúnen a unas pocas personas que se eligen con intención para hablar en grupo sobre un tema determinado, con la guía de un facilitador. Este método ayuda a recoger información completa sobre cómo los participantes piensan, qué opinan, cómo se sienten y qué experiencias tienen mientras se van conociendo entre sí en un lugar donde todo está bajo control. Según Roberto Hernández Sampieri, los grupos focales son una herramienta muy importante en la investigación cualitativa, ya que ayudan a entender mejor los fenómenos sociales mediante la interacción entre las personas. (Sampieri, 2006).

Estos grupos normalmente cuentan con seis a diez personas, y el número más común es ocho, porque ayuda a tener un grupo bien equilibrado. Para formar un grupo focal, es necesario tener a un moderador que dirija la conversación, asegurando que se mantenga centrada en el tema principal y que no se introduzcan sesgos.

3.7.1 Aplicación de la técnica Focus Group

Con la técnica del focus group hemos desarrollado un ordenado proceso lo que facilita obtener información cualitativa notable a través de la participación grupal. En primer lugar, se define el objetivo de la investigación, el cual orienta toda la planificación de la técnica. Este objetivo debe ser un propósito concreto que apunte directamente al problema de estudio y que permita derivar la estructura de discusión a continuación se generan preguntas orientadoras para el desarrollo de la sesión: Deben ser abiertas, claras y estar relacionadas entre sí para generar diálogo y que los actores se mantengan activos. Las preguntas se organizan en etapas progresivas y contemplan temas generales en las primeras preguntas para luego centrarse en aspectos específicos. (Sampieri, 2006).

A continuación, se realiza la selección de los participantes, quienes deben cumplir con unas características predeterminadas según el perfil requerido para el estudio.

Normalmente el grupo está formado por seis a diez personas, lo que facilita la interacción sin perder el control de la discusión. Después de la selección, se les llama y se les informa sobre el objeto, lugar, fecha y duración de la sesión. A continuación, prepare la sala donde se llevará a cabo el grupo focal. El ambiente debe ser cómodo, tranquilo y adecuado para crear confianza.

La forma en que esté organizado el lugar es importante porque incide en la calidad de la participación. Por eso, tratamos de evitar distracciones y asegurarnos de que todos los participantes estén cómodos.

Durante la reunión, el moderador es muy importante porque guía la conversación y se centra en el tema. También ayuda a que todos participen de manera igualitaria. Además, el moderador debe evitar que algunas opiniones dominen y afecten los resultados.

Durante esta fase, se pueden utilizar herramientas como hojas de registro y grabaciones audiovisuales para documentar la información. Finalmente, seguiremos revisando los datos que obtuvimos. Buscaremos patrones, temas que se repitan y detalles importantes. Este análisis permite interpretar los resultados y generar conclusiones que contribuyan al desarrollo de la investigación (Sampieri, 2006).

3.8 Universo, Población y Muestra

Universo

Está conformado por los empleados del GAD parroquial.

Población

Según Roberto Hernández Sampieri, una población es un conjunto de todos los elementos, individuos o casos que comparten determinadas características y son objeto de investigación. Esto quiere decir que incluye todos los temas sobre los que se quiere obtener información y sacar conclusiones, por lo que debe estar definido de forma clara y precisa, ya que extrae una muestra del mismo, lo que hace más práctico el análisis. (Sampieri, 2006)

La población está conformada por el presidente, secretaria y vocales del GAD Parroquial Rural Santa Fe, la cual cuenta con un total de 9 miembros que desempeñan sus labores dentro de la misma.

Muestra

Según Roberto Hernández Sampieri en Metodología de la Investigación, el muestreo probabilístico es un tipo de muestreo aleatorio en el que todos los elementos de la población tienen igual probabilidad de ser seleccionados.

Esto significa que la selección de participantes es aleatoria, lo que hace que los resultados sean representativos y generalizables a la población. (Sampieri, 2006). Una muestra es una parte de la población que permite conocer la particularidad de la misma.

Se conoce que las personas que integran la nómina del Gad Santa Fé es de 9 personas. En virtud de ello se tomará a todas las personas como participantes en el proceso de levantamiento de información. Dejando de lado técnicas de muestreo estadístico. Esto se fundamenta en la necesidad de obtener opiniones y expectativas desde su diversidad.

Procesamiento de la información

Una vez culminada la aplicación de la sesión de focus group se plantea el análisis de la información mediante la técnica de análisis temático. Los testimonios se los procesa mediante el establecimiento de variables obtenidas de las preguntas que conforman el cuestionario.

A continuación, son presentadas las matrices que contienen los testimonios recopilados mediante la técnica de focus group. Debido a que se aplicó mediante una sesión grupal los testimonios se agrupan de forma independiente para mejorar su comprensión y análisis.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis temático

El análisis temático es un método cualitativo para identificar, analizar y reportar patrones (o temas) dentro de los datos. A diferencia de las técnicas estadísticas que dependen de la representación numérica, el análisis temático se centra en los significados, experiencias y perspectivas expresadas en las palabras de los participantes (Taylor Mike, 2025)

Se utiliza en este proyecto este tipo de análisis temático para organizar, interpretar y comprender grandes cantidades de datos cualitativos.

4.2 Matriz de transcripción de transcripción de respuestas

MATRIZ DE TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS			
Cargo: Presidente			**Sujeto participante: Alex Rosero**
Preguntas	**Respuestas**	**Análisis temático**	**Interpretación**
1. ¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?	Una de las habilidades de usar IA como apoyo para gestionar mejor, sería la redacción de documentos rápidos para comunicarse con la comunidad, y así poder analizar datos básicos de la parroquia y tomar decisiones más informadas. No se requiere ser técnico en el área, sino saber dirigir el equipo y aprovechar las herramientas al máximo.	Apoyo en la gestión con IA. Redacción en la documentación. Aprovechamiento máximo de las herramientas.	Las habilidades se centran en su aplicación práctica para mejorar la gestión de la comunicación.
2. ¿Para qué podría servir la IA en el GAD?	La IA nos sirve para trabajar de mejor manera con los pocos recursos que contamos y la usaría en la redacción de proyectos y oficios, para organizar la información de la parroquia, y de esta manera lograr comunicarme mejor con la gente por redes sociales.	Optimización del trabajo institucional mediante IA. Soporte para redacción de proyectos y artículos. Organización y gestión de la información parroquial. Mejora en la comunicación con la sociedad y las redes sociales. Uso efectivo de los recursos disponibles.	La inteligencia artificial se considera una herramienta que ayuda a mejorar los procesos dentro de los GAD, haciendo más fácil la gestión de tareas administrativas, la clasificación de información y el intercambio de comunicación con los ciudadanos. Su uso permitiría usar mejor los recursos que se tienen y ayudaría a hacer más eficiente el funcionamiento de las instituciones.

3. ¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?	La información que se publica a nombre del Gad Parroquial siempre debe estar sujeta a una planificación, proyectos y valores de la misma. Debemos tener en cuenta que no podemos publicar nada que confunda a la comunidad o que contradiga lo que estamos gestionando.	Adaptación de la información a la gestión institucional. Planificación y coherencia en la comunicación. Asignación basada en proyectos y valores institucionales. Responsabilidad en la comunicación pública. Evite información confusa o contradictoria.	La respuesta muestra preocupación por mantener una comunicación institucional organizada y responsable, que asegure que toda la información publicada corresponda a la planificación, proyectos y valores del GAD. La coherencia en la presentación de informes es una prioridad para evitar la confusión pública y fortalecer la credibilidad de la gestión institucional.

4. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer políticas, programas o eventos en el sector?	Los canales que usamos en el GAD principalmente son: Facebook, grupos de Whatsapp con líderes comunitarios, perifoneo, asambleas comunitarias. Llegando con información clara, oportuna y segura a todos los habitantes en la parroquia.	Tema principal: Estrategias y medios de comunicación que utiliza la comunidad para interactuar con los GAD. Subtemas identificados: Uso de plataformas digitales (Facebook y WhatsApp). Uso de medios tradicionales (perifoneo). Espacios de interacción personal (reunión comunitaria). Concentrarse en la disponibilidad y la cobertura de la información. La importancia de la claridad y la capacidad de comunicación.	La respuesta indica que GAD emplea una estrategia de comunicación que utiliza varios canales, mezclando herramientas digitales con métodos y espacios tradicionales de la comunidad. Esto muestra el deseo de llegar a distintos grupos de personas, ya que no todos tienen el mismo uso de tecnología o acceso a las redes sociales. Además, se promueve la difusión de la información de manera más accesible y se busca una forma de comunicación que incluya a más personas y sea más útil, para mejorar el vínculo entre la institución y la sociedad.
5. ¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?	La prioridad es proteger la información de la comunidad y del GAD debido a que está prohibido informar datos personales, expedientes imágenes sin autorización o temas que sean de uso interno donde las redes sociales que se usa dentro del GAD es solo para informar, mas no para tratar asuntos reservados, debido a que toda publicación debe ser revisada y autorizada antes de ponerlo en conocimiento público ya que como ente público debemos guardar respeto en la privacidad tal como lo ordena la constitución .	Protección de datos personales. Limitación de Información Privilegiada o de Propiedad. Uso institucional responsable de las redes sociales. Procesos de revisión y aprobación de lanzamientos. Respeto a la privacidad según los principios legales y constitucionales.	La respuesta expresa preocupación por cuidar la información importante y asegurar que las redes sociales se usen de manera responsable, respetando la privacidad y las reglas de la institución.
6. ¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?	Aprender a elaborar audio, imagen y video con IA es muy importante para nuestro trabajo ya que ayuda a desempeñarse más rápido para de esta manera lograr una comunicación efectiva.	Creación de contenidos multimedia. Agilidad en el trabajo. Comunicación efectiva. Soporte tecnológico para la difusión de información.	La respuesta refleja una percepción positiva de la inteligencia artificial como una herramienta que optimiza procesos y promueve una comunicación más rápida y eficiente dentro de GAD.

7. ¿Qué sabe sobre inteligencia artificial?	La IA es una herramienta fundamental y útil necesaria para el desarrollo ágil de nuestro trabajo dentro del GAD.	La IA como herramienta de apoyo. Beneficio en el lugar de trabajo. Mejorar la eficiencia institucional. Desarrollo ágil de tareas	La respuesta muestra que la inteligencia artificial se percibe como una herramienta útil y necesaria para mejorar la eficiencia y agilizar las operaciones dentro del GAD.
8. ¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?	Claro que si es posible ya que se debe publicar los atractivos turísticos y todo lo que se desarrolla en el ámbito social ya que con ello atraemos la economía a la parroquia.	Distribución de objetos turísticos. Promoción de actividades de desarrollo social. Estímulo económico local. Visibilidad de la parroquia. Interpretación:	La respuesta muestra que la promoción de actividades y atractivos turísticos se considera una estrategia para fortalecer el desarrollo y promover la economía local.
9. ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?	Es una herramienta estratégica y fundamental ya que es una fuente que interlaza a la institución con toda una comunidad	La comunicación como herramienta estratégica el vínculo entre la institución y la sociedad. Fortalecimiento de las relaciones sociales. Flujo de información institucional.	El criterio especificado refleja que la gestión de la comunicación es considerada un elemento fundamental para mantener la conexión y acercamiento entre el GAD y la comunidad.
10. ¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?	El desarrollo sostenible integral busca el buen vivir mejorando la calidad de vida, cuidando la naturaleza fortaleciendo nuestra identidad cultural para así lograr un bienestar colectivo digno y equitativo con todos los miembros de la Parroquia.	Mejorando la calidad de vida. Protección y cuidado del medio ambiente. Fortalecimiento de la identidad cultural. Bienestar colectivo e igualdad social. Interpretación:	El criterio establecido muestra que el desarrollo integral sostenible es percibido como un proceso orientado al bienestar de la sociedad, que integra aspectos sociales, ambientales y culturales para lograr una mejor calidad de vida.

MATRIZ DE TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS			
Cargo: Vicepresidenta			**Sujeto participante: Nidia Tuapanta**
Preguntas	**Respuestas**	**Análisis temático**	**Interpretación**
1. ¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?	Mi habilidad es muy básica. Uso IA para buscar información rápida en Google o Chat GPT, pero desconozco como crear imágenes y videos con ella, lo que si me gustaría aprender para usarla dentro de mí trabajo.	Uso básico de herramientas de IA. Búsqueda rápida de información. Conocimientos limitados de creación multimedia. Interés en fortalecer capacidades tecnológicas.	Los criterios presentados demuestran un conocimiento básico de la inteligencia artificial y el deseo de aprender nuevas habilidades que permitan su aplicación en el lugar de trabajo.
2. ¿Para qué podría servir la IA en el GAD?	La IA dentro del GAD sirve para tener una comunicación más clara y oportuna a través de imágenes, videos audios, textos que den a conocer nuestras obras, y gestiones diarias a los habitantes.	Comunicación institucional. Creación de contenidos multimedia. Comunicación de obras y procedimientos. Información oportuna al público.	La idea especifica refleja el hecho de que la inteligencia artificial se percibe como una herramienta útil para mejorar la comunicación y fortalecer la comunicación institucional.
3. ¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?	Ninguna información debe ser publicada sin previa revisión, verificación y aprobación ya que es de nuestra responsabilidad ante los habitantes y la imagen del GAD nuestra verdad ante la sociedad.	Revisión y verificación de contenidos. Aprobación previa de publicaciones. Responsabilidad institucional. Cuidando la imagen del GAD	Los criterios descritos demuestran la importancia de garantizar que toda la información reportada esté verificada y sea consistente con la gestión institucional.
4. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer políticas, programas o eventos en el sector?	Los medios que tenemos actualmente para dar a conocer la políticas, programas o eventos en la parroquia son Facebook, grupos de WhatsApp con líderes comunitarios perifoneos y asambleas comunitarias.	Uso de redes sociales. Grupos de comunicación comunitaria. Medios de difusión tradicionales. Participación a través de asambleas.	El criterio establecido refleja el uso de diversos medios para asegurar la difusión efectiva de la información en la sociedad.
5. ¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?	Si conozco sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales debido a que es una obligación legal ética y moral ya que	Protección de información sensible. Responsabilidad ética, legal y moral. Restringir la distribución sin permiso. Uso responsable de las redes sociales	Los criterios presentados demuestran conocimiento de la importancia de proteger la

	está prohibido difundir sin previa autorización.		información y respetar las reglas de confidencialidad antes de distribuir contenido.
6. ¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?	Si estoy de acuerdo ya que aprender a crear y editar audio, imagen video con IA es una de las habilidades indispensables que permite la difusión de la gestión comunicacional desarrollada en nuestras funciones.	Creación y edición de contenidos multimedia. Desarrollo de habilidades tecnológicas. Mediación de la gestión institucional. Fortalecimiento de la comunicación.	El razonamiento especificado refleja la necesidad de fortalecer las habilidades digitales mediante el aprendizaje de herramientas de inteligencia artificial para mejorar los procesos de comunicación.
7. ¿Qué sabe sobre inteligencia artificial?	Es una herramienta para el apoyo de la gestión institucional en la redacción de creación y difusión de contenidos de manera más rápida en comparación al talento humano.	La IA como herramienta de apoyo. Redacción y creación de contenidos. Destreza en los procesos comunicativos. Optimización del trabajo institucional.	La visión presentada muestra que la inteligencia artificial es vista como una herramienta que ayuda a mejorar la eficiencia y velocidad de las operaciones de las instituciones.
8. ¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?	Considero que es esencial la publicación de los atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social ya que fomentan la economía social y el desarrollo comunitario para el bienestar y progreso de nuestros habitantes.	Distribución de objetos turísticos. Promoción del desarrollo social. Estimular la economía local. Prosperidad y progreso comunitario. Interpretación:	La perspectiva presentada refleja el hecho de que la promoción de instalaciones turísticas y actividades sociales se considera una estrategia importante para fortalecer el desarrollo económico y social.
9. ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?	Es importante la gestión dentro del GAD ya que nos permite utilizar herramientas modernas que nos brindan mayor acceso a la comunicación.	Uso de herramientas modernas. Acceso a la comunicación. Fortalecimiento institucional. Relaciones institucionales y públicas.	El dictamen presentado muestra que la gestión de la comunicación es considerada un elemento clave para facilitar el acceso a la información y fortalecer la interacción institucional.
10. ¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?	El desarrollo sostenible integral del GAD es la única alternativa viable para que nuestra parroquia logre alcanzar el buen vivir de sus habitantes.	Desarrollo territorial sostenible. Calidad de vida de los residentes. Bienestar colectivo. Desarrollo integral de la comunidad.	La posición expresada muestra que el desarrollo sostenible se percibe como una estrategia fundamental para mejorar las condiciones de vida y lograr el bienestar social.

MATRIZ DE TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS			
Cargo: Secretaria			**Sujeto participante: Jenny Guamán**
Preguntas	**Respuestas**	**Análisis temático**	**Interpretación**
1. ¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?	Manifiesto que tengo conocimientos básicos e intermedios sobre inteligencia artificial, especialmente en el uso de herramientas de apoyo administrativo. Mis habilidades incluyen la búsqueda y organización de información, el uso de asistentes virtuales y plataformas de IA para la redacción de documentos, generación de ideas, optimización de procesos y mejora de la comunicación institucional. También pienso que es importante usar estas herramientas de manera responsable y con ética, porque pueden ayudar a trabajar más eficientemente y así beneficiar mejor al público.	Tema principal: Conocimientos y habilidades sobre la inteligencia artificial. Uso de asistentes virtuales, ayuda con la escritura, manejo de la información, mejora de las actividades y uso correcto de la inteligencia artificial.	La información muestra un entendimiento básico y medio de la inteligencia artificial, resaltando cómo puede ayudar a mejorar los procesos y hacer más eficaz la institución, siempre que se use de forma ética.
2. ¿Para qué podría servir la IA en el GAD?	Consideró que la inteligencia artificial podría servir al GAD para agilizar y mejorar los procesos administrativos, reducir el tiempo dedicado a tareas repetitivas como organizar documentos, preparar informes y gestionar información. También podría ayudar en la atención al cliente a través de asistentes virtuales, responder preguntas frecuentes.	Aplicación de la inteligencia artificial en la administración institucional. Automatización de procesos, organización de documentos, elaboración de informes y atención a la ciudadanía.	La perspectiva propuesta refleja que la inteligencia artificial es vista como una herramienta capaz de optimizar tareas y mejorar la gestión institucional.
3. ¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?	Es importante asegurarme de que esté acorde con la gestión institucional, los objetivos y lineamientos marcados por la administración, además, es necesario asegurarse de que la información sea correcta, clara y autorizada para asegurar una comunicación responsable y mantener la transparencia y confianza de los ciudadanos.	Control y verificación de la información institucional. Subtemas: revisión de contenidos, autorización, claridad y transparencia de la información.	La posición expresada muestra la importancia de asegurar que la información difundida cumpla con los lineamientos institucionales y mantenga la confianza de los ciudadanos
4. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer políticas, programas o eventos en el sector?	Los medios que tenemos actualmente para dar a conocer la políticas, programas o eventos en la parroquia son Facebook, grupos de WhatsApp con líderes comunitarios perifoneos y asambleas comunitarias.	Medios empleados para la comunicación social. Subtemas: redes sociales, grupos comunitarios, hablar en público y reuniones de asamblea.	El anuncio refleja la implementación de diversos canales de comunicación para asegurar una distribución amplia y accesible a la ciudadanía.

5. ¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?	La confidencialidad y la información sensible en Internet y las redes sociales es un aspecto muy importante de la gestión institucional, sé que ciertos datos deben ser protegidos y no deben compartirse públicamente sin permiso, especialmente datos personales, documentos internos o datos que puedan afectar la privacidad de ciudadanos o del GAD.	Protección y manejo adecuado de la información sensible privacidad, protección de datos, información institucional y responsabilidad digital.	La visión presentada muestra una conciencia de la importancia de proteger la información sensible y mantener un uso responsable de los medios digitales.
6. ¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?	Es importante aprender a crear audio, imágenes y videos con herramientas de inteligencia artificial ya que se puede apoyar en la difusión de actividades, programas y proyectos implementados por el GAD.	Tutorial sobre herramientas de IA para la creación de contenidos multimedia. Producción de materiales audiovisuales, innovación tecnológica y distribución institucional.	La actitud expresada muestra interés por aprender habilidades tecnológicas, lo que da la oportunidad de fortalecer los procesos de comunicación y difusión institucional.
7. ¿Qué sabe sobre inteligencia artificial?	Entiendo que la IA es una herramienta tecnológica que ayuda a automatizar tareas, procesar información y mejorar la eficiencia en diversas actividades, incluida la gestión administrativa.	Comprensión general de la inteligencia artificial Automatización, procesamiento de datos y eficiencia en tareas administrativas.	La información refleja que la inteligencia artificial es entendida como una herramienta tecnológica que contribuye a la optimización de los procesos y la mejora del desempeño laboral.
8. ¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?	El GAD puede promover atractivos turísticos, celebraciones, lugares representativos y actividades sociales como campañas, capacitaciones, ferias y proyectos comunitarios para fortalecer el desarrollo local.	Promoción de recursos turísticos y actividades sociales. Subtemas: turismo, actividades comunitarias, proyectos y oportunidades locales.	La perspectiva presentada muestra que la distribución de atracciones y actividades de la comunidad local se considera una forma de apoyar el desarrollo y fomentar la participación ciudadana.
9. ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?	La gestión de la comunicación es importante porque permite informar a la ciudadanía sobre la transparencia, la participación lo cual mantiene las relaciones estrechas entre el GAD y la ciudadanía.	Actualidad de la comunicación institucional. Subtemas: transparencia, participación ciudadana y fortalecimiento de las relaciones institucionales. El comunicado refleja que la gestión de la comunicación juega un papel esencial para fortalecer la relación entre la institución y la sociedad.	El comunicado refleja que la gestión de la comunicación juega un papel esencial para fortalecer la relación entre la institución y la sociedad.
10. ¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?	El desarrollo integral sostenible busca alcanzar un buen vivir mejorando la calidad de vida de los ciudadanos, promoviendo el desarrollo social, económico y ambiental de manera equilibrada.	Desarrollo sostenible y bienestar social. Subtemas: calidad de vida, equilibrio social, económico y ambiental.	La perspectiva presentada muestra que el desarrollo sostenible se concibe como un proceso destinado a crear un bienestar general y mejorar las condiciones de vida de la población.

MATRIZ DE TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS			
Cargo: Vocal			**Sujeto participante:** Milena Pazmiño
Preguntas	**Respuestas**	**Análisis temático**	**Interpretación**
1. ¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?	Las habilidades relacionadas con los conocimientos básicos y la aplicación de la inteligencia artificial en un entorno administrativo e institucional. Entre ellos destaco la capacidad de utilizar herramientas digitales basadas en IA para gestionar y analizar información, apoyar la toma de decisiones, optimizar procesos y fortalecer la comunicación institucional.	Conocimientos básicos de inteligencia artificial. Utilizar herramientas digitales impulsadas por IA. Gestión y análisis de la información. Optimización de procesos administrativos . Fortalecimiento de la comunicación institucional.	La perspectiva presentada muestra los conocimientos iniciales sobre la inteligencia artificial y destaca su utilidad como herramienta de apoyo para optimizar procesos, mejorar la gestión institucional y fortalecer la toma de decisiones.
2. ¿Para qué podría servir la IA en el GAD?	Para fortalecer la gestión institucional y optimizar los procesos administrativos.	Fortalecimiento institucional. Optimización de procesos administrativos. Mejora de la eficiencia en el trabajo. Apoyo tecnológico en la administración estatal.	La perspectiva presentada muestra que la inteligencia artificial es percibida como una herramienta destinada a agilizar y fortalecer los procesos administrativos dentro del GAD.
3. ¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?	Primero tenemos que asegurarnos de que toda la información este de acuerdo a las alineaciones de cada comisión y respecto a lo que se va a publicar dando a conocer las noticias más conocidas, importantes de lo que va realizando esta administración. u	Se lleva a cabo un proceso de revisión para garantizar que la información cumpla con los lineamientos institucionales . Alineación con comisiones: Se menciona la necesidad de adecuar el contenido a los lineamientos y actividades de cada comisión. Jerarquía de la información: Se da prioridad a la publicación de noticias que se consideren	La respuesta muestra que antes de publicar la información se realiza un control para asegurar que cumpla con los lineamientos institucionales y de actuación de las comisiones, priorizando los contenidos relevantes sobre la gestión y actuación de la administración.

		relevantes, conocidas o más importantes. Visibilidad de la Gestión Pública: El objetivo del anuncio es mostrar las acciones y logros de la actual administración.	
4. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer política s, programas o eventos en el sector?	Los medios que tenemos actualmente para dar a conocer la políticas, programas o eventos en la parroquia son Facebook, grupos de WhatsApp con líderes comunitarios perifoneos y asambleas comunitarias.	Uso de redes sociales como Facebook. Comunicación a través de grupos de WhatsApp con líderes comunitarios. Utilizando el altavoz como medio tradicional. Celebrar reuniones locales para informar a los residentes.	La respuesta sugiere que la difusión de información se realiza a través de una combinación de medios digitales y tradicionales, lo que permite ampliar el alcance de la comunicación y facilitar el acceso comunitario a los programas, políticas y actividades del GAD.
5. ¿Qué conoce sobre el manejo de l a confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?	Se debe guardar confidencialidad en la información tanto personal como institucional ya que publicarlo sin autorización es vulneración de derechos y es penado en base a la ley.	Confidencialidad de la información personal e institucional. Se requiere permiso para revelar información. Reconocimiento de infracción de derechos como consecuencia de una mala comunicación. Conocimiento de las implicaciones legales.	La respuesta refleja conocimiento de la importancia de proteger la información sensible y la necesidad de mantener la confidencialidad para evitar violaciones legales y posibles consecuencias legales.
6. ¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?	Es Importante aprender a realizar audios, imagen y videos con IA ya que sirven para difundir los programas que desempeñamos diariamente en el Gad.	Aprenda herramientas de inteligencia artificial para crear contenido multimedia. Uso de sonido, imágenes y vídeo para la comunicación institucional. Difusión de los programas y actividades del GAD. Innovaciones tecnológicas en los procesos de comunicación.	La expresión muestra interés en el uso de herramientas de inteligencia artificial para apoyar la mejora de las operaciones del GAD y la comunicación de programas, promoviendo una comunicación más dinámica y moderna.

7. ¿Qué sabe sobre inteligencia artificial?	Es una aplicación que permite optimizar el trabajo de una manera más rápida dejando de lado el desempeño humano para enfocarse en la IA con un recurso accesible de mayor eficiencia.	Uso de IA para agilizar procesos y tareas. Mayor rapidez y eficiencia en el trabajo. Disponibilidad de herramientas tecnológicas. La relación entre el desempeño humano y la automatización.	La respuesta refleja que la inteligencia artificial es percibida como una herramienta tecnológica que permite optimizar el trabajo y mejorar la eficiencia en diversas actividades a través de procesos más rápidos y accesibles.
8. ¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?	Si es posible que el Gad pueda publicar contenido sobre los atractivos turísticos debido a que benefician a la ciudadanía en el ámbito económico y sostenible.	Comunicación de equipamientos turísticos regionales. Promoción de actividades de desarrollo social. Impacto económico en la sociedad. Contribución al desarrollo sostenible.	Creo que la respuesta refleja que la comunicación de las instalaciones y actividades turísticas del GAD es importante porque promueve el desarrollo comunitario, genera beneficios económicos y fortalece el crecimiento sostenible de la zona.
9. ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?	La gestión dentro del Gad es importante para la comunicación ya que permite transmitir información clara y oportuna entre autoridades y ciudadanía.	Transmisión de información clara y oportuna. Relaciones entre instituciones y ciudadanos. Fortalecimiento de la comunicación institucional. Acceso a la información.	En mi opinión, esta respuesta demuestra que la comunicación dentro del GAD es fundamental porque permite informar a la ciudadanía y fortalece la conexión entre las instituciones y la ciudadanía a través de información clara y oportuna.
10. ¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?	Se busca alcanzar el buen vivir en base al desarrollo sostenible integral, ya que garantiza mejores oportunidades y calidad de vida para las generaciones presentes y futuras,	Busca la buena vida. Mejorando la calidad de vida. Generación de oportunidades. En beneficio de las generaciones actuales y futuras.	Creo que la respuesta muestra que el desarrollo sostenible busca mejorar las condiciones de vida de las personas a través de acciones que creen oportunidades y bienestar, teniendo en cuenta tanto las necesidades de las generaciones presentes como las futuras.

MATRIZ DE TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS			
Cargo: Vocal			**Sujeto participante: Fernanda Meza**
Preguntas	**Respuestas**	**Análisis temático**	**Interpretación**
1. ¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?	Reconocimiento de voz, reconocimiento de imagen y comprensión del lenguaje.	Reconocimiento de voz. Identificación por imagen. Comprensión del lenguaje. Características tecnológicas de la IA.	El conocimiento es claro sobre algunas funciones clave de la inteligencia artificial, especialmente aquellas relacionadas con el reconocimiento y procesamiento de información.
2. ¿Para qué podría servir la IA en el GAD?	Sirve para crear videos e imágenes que permitan mostrar el trabajo ejecutado.	Producción de contenidos audiovisuales. Uso de imágenes y vídeos. Comunicación de actividades institucionales. Soporte para comunicación GAD.	Se ha comprobado que la inteligencia artificial se percibe como una herramienta útil para facilitar la difusión de las actividades realizadas por los GAD a través de contenidos visuales.
3. ¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?	Si debido a que todos debemos cuidar la información antes de publicar para que el Gad mantenga la creatividad y confianza de la ciudadanía.	Revisión previa del contenido. Cuidado de la información institucional. Crear confianza pública. Protección de la imagen de la institución.	Se reconoce la importancia de revisar la información antes de su publicación para mantener la credibilidad institucional y fortalecer la confianza pública.
4. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer políticas, programas o eventos en el sector?	Los medios que tenemos actualmente para dar a conocer la políticas, programas o eventos en la parroquia son Facebook, grupos de WhatsApp con líderes comunitarios perifoneos y asambleas comunitarias.	Redes sociales como Facebook. Grupos de WhatsApp. La sociedad llama. Montajes combinados	Se evidencia el uso combinado de medios digitales y tradicionales para transmitir información al público y lograr un mayor alcance comunicativo.
5. ¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?	Antes de realizar una publicación en redes sociales hay que verificar con seguridad el tipo de información para su debida protección de su privacidad en el GAD.	Verificación de la información antes de su publicación. Protección de la Privacidad Institucional. Gestión responsable de contenidos digitales. Seguridad de la información.	La importancia de revisar y verificar la información antes de su publicación es obvia para proteger la privacidad y evitar la difusión inapropiada de datos confidenciales.

6. ¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?	Si me gustaría aprender ya que no reemplazaría mi trabajo, pero nos permite obtener una herramienta para comunicarnos de mejor manera.	Interés por aprender nuevos conocimientos tecnológicos. Utilizar la IA como herramienta de apoyo. Mejorar la comunicación institucional. Complemento al trabajo humano.	Se identifica una percepción positiva sobre el aprendizaje de herramientas de inteligencia artificial, viéndolas como un apoyo para mejorar la comunicación sin sustituir las funciones humanas.
7. ¿Qué sabe sobre inteligencia artificial?	Conozco que es una herramienta que nos permite procesar información rápido mismo que optimiza el tiempo y a su vez obtiene mayor eficiencia en los trabajos.	Procesamiento rápido de la información. Optimización del tiempo. Mayor eficiencia en las actividades. Utilizar la tecnología para apoyar los procesos.	Se ha observado que la inteligencia artificial se entiende como una herramienta que facilita el trabajo a través de procesos más ágiles y eficientes que contribuyen a mejorar el desempeño de diversas actividades.
8. ¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?	Si es posible publicar debido a que nos permite promover el desarrollo turístico a nivel local.	Distribución de objetos turísticos. Promoción del desarrollo local. Publicidad institucional. Fortalecimiento de las actividades comunitarias.	Está claro que la promoción de atracciones y actividades turísticas en la región puede ayudar a fortalecer el desarrollo local y crear una mayor visibilidad para la comunidad local.
9. ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?	Al tener una buena comunicación ayuda a que los proyectos lleguen a la gente que más lo necesita y que la ciudadanía sienta que su voz es escuchada.	Distribución de objetos turísticos. Promoción del desarrollo local. Publicidad institucional. Fortalecimiento de las actividades comunitarias.	Está claro que la promoción de atracciones y actividades turísticas en la región puede ayudar a fortalecer el desarrollo local y crear una mayor visibilidad para la comunidad local.
10. ¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?	El desarrollo sostenible integral busca el buen vivir del territorio a nivel del plan de trabajo no solo en las obras realizadas si no cuiden lo social, cultural, ambiental y económico al mismo tiempo.	Busca la buena vida. Dimensión social, cultural, ambiental y económica. Planificación integral del territorio. Mejorando la calidad de vida.	Se identifica que el desarrollo sostenible se entiende como un proceso integral que busca mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos, teniendo en cuenta diversos ámbitos que contribuyen al bienestar colectivo.

MATRIZ DE TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS			
Cargo: Vocal			**Sujeto participante: Jenny Gavilánez**
Preguntas	**Respuestas**	**Análisis temático**	**Interpretación**
1. ¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?	Mis habilidades son escasas ya que es un tema nuevo en el medio y a menudo se va innovando la IA en nuestro entorno, aun así, tengo conocimiento sobre algunas herramientas de IA que me sirven en el que me desarrollo.	Conocimiento limitado de la IA. Reconocimiento de la IA como un tema nuevo. Aprendizaje continuo de los medios tecnológicos. Uso básico de herramientas de IA.	Es claro que existe un conocimiento previo de la inteligencia artificial, reconociendo que es una tecnología que constantemente está innovando y aprendiendo, aunque ya se han identificado algunas herramientas útiles para el desarrollo de actividades.
2. ¿Para qué podría servir la IA en el GAD?	Podría servir para mejorar la comunicación institucional dentro y fuera del GAD mejorando fotografías informativas, videos de trabajos realizados como GAD y mejorar el procesamiento de información evitando errores mediante revisiones con IA.	Mejorar la comunicación dentro y fuera del GAD. Creación y optimización de fotografías y vídeos. Comunicación de actividades institucionales. Reducir errores utilizando herramientas de IA.	Se identifica que la inteligencia artificial es percibida como una herramienta que puede fortalecer la comunicación institucional, mejorar la calidad de los contenidos y optimizar el procesamiento de la información.
3. ¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?	Si antes de cualquier publicación se revisa para evitar inconvenientes y brindar información de calidad.	Revisar antes de publicar contenido. Solución de problemas. Garantía de calidad de la información. Aprobación de contenidos institucionales.	Se observa la importancia de comprobar la información antes de su distribución para evitar errores y garantizar contenidos claros y de calidad a los ciudadanos.
4. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer políticas, programas o eventos en el sector?	Los medios que tenemos actualmente para dar a conocer la políticas, programas o eventos en la parroquia son Facebook, grupos de WhatsApp con líderes comunitarios perifoneos y asambleas comunitarias.	Uso de redes sociales como Facebook. Comunicación a través de grupos de WhatsApp. Utilizando un orador comunitario. Desarrollo de nodos comunes.	Es claro que la difusión de información se realiza a través de una combinación de medios digitales y tradicionales, lo que permite una mayor cobertura y alcance del público.
5. ¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?	Es muy importante obtener la confidencialidad dentro del GAD nos regimos de la información personal atreves de la normativa y la Constitución del Ecuador en base a sus artículos a eso hacemos la publicación de las redes sociales manteniendo su respectiva importancia.	La importancia de la confidencialidad institucional. Protección de datos personales. Aplicación de normas y principios del derecho. Responsabilidad por la publicación de la información.	Se reconoce la importancia de mantener la confidencialidad y el correcto procesamiento de la información, teniendo en cuenta las normas legales y actos regulatorios que protegen los datos personales e institucionales.

6. ¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?	Por su puesto es importante seguir instruyéndonos y aprender a diario ya que estamos en un mundo bursátil y es necesario desarrollar nuevos conocimientos, además aprender a elaborar bien trabajos audiovisuales ayudaría mucho a que la información llegue a la población de la manera adecuada y se transmita lo que se planificó sin distorsionar lo que se publica.	Interés por el aprendizaje continuo. Adquisición de nuevos conocimientos tecnológicos. Producción de contenidos audiovisuales con IA. Mejorar la transferencia de información.	Las herramientas de aprendizaje basadas en inteligencia artificial tienen una valoración positiva, ya que pueden reforzar la calidad de los contenidos y mejorar la difusión de la información a los ciudadanos.
7. ¿Qué sabe sobre inteligencia artificial?	Es una herramienta nueva que sirve para mejorar diversos aspectos, ya que simula y analiza de mejor manera diversas capacidades que tiene el ser humano.	La inteligencia artificial como nueva tecnología. Simulación de capacidades humanas. Optimización de procesos y operaciones. Utilizar herramientas tecnológicas para mejorar las tareas.	Interpretación: Claramente, la inteligencia artificial se entiende como una herramienta innovadora que contribuye a la mejora de diversos procesos mediante la simulación y análisis de habilidades similares a las humanas.
8. ¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?	Claro que sí, de hecho, si se han realizado ese tipo de publicaciones por ello algunas personas han llegado a conocer Santa Fe a través de la red social. Tenemos el principal atractivo turístico que es el monumento Jesús del Gran poder ubicado en la Loma de Pandullan, la cascada ubicada en el Tuso un atractivo que atrae a propios y extraños.	Uso de las redes sociales para promocionar el territorio. Visibilidad de los atractivos turísticos locales. Promoción de actividades de desarrollo social. Fortalecer el reconocimiento de la parroquia.	Es claro que la distribución de contenidos sobre atractivos turísticos permite incrementar el reconocimiento de la parroquia y promueve el reconocimiento del territorio mediante el uso de medios digitales.
9. ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?	Es importante porque si existe una excelente comunicación se evitan errores y se mejoran procesos.	Prevención de errores. Mejora de procesos. La importancia de una comunicación efectiva. Fortalecimiento del liderazgo institucional.	Se ha establecido que una adecuada gestión de la comunicación contribuye al desarrollo de procesos efectivos y ayuda a reducir errores en la institución.
10. ¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?	Su busca alcanzar el buen vivir a través de la unión de los recursos que poseemos como parroquia los cuales son agrícolas, culturales y turísticos.	Aprovechamiento de los recursos agrícolas. Fortalecimiento de los recursos culturales. Potencial turístico de la zona. Desarrollo integral de la parroquia.	Se ha observado que una buena vida está relacionada con el uso amplio de los recursos disponibles en el territorio para crear el bienestar y desarrollo de la población

MATRIZ DE TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS			
Cargo: Chofer de Maquinaria			**Sujeto participante:** Segundo Guambuguete
Preguntas	**Respuestas**	**Análisis temático**	**Interpretación**
1. ¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?	Uso herramientas básicas para redactar, corregir y estructurar textos de manera rápida. También lo aprovecho en la búsqueda de información confiable en internet, resumir documentos muy extensos para ahorrar tiempo.	Redacción y corrección de textos. Estructuración de contenidos. Busque información confiable. Recopilación y optimización de documentos.	Es evidente el uso funcional de herramientas de inteligencia artificial orientadas a apoyar las tareas diarias, especialmente en actividades relacionadas con la gestión de la información y la optimización del tiempo.
2. ¿Para qué podría servir la IA en el GAD?	Puede ser muy útil para optimizar la atención ciudadana a través de respuestas automáticas y claras a consultas frecuentes lo cual serviría para agilizar los procesos internos de redacción de informes, oficios y comunicados, reduciendo la carga administrativa.	Atención ciudadana automatizada. Respuestas rápidas a preguntas frecuentes. Agilización de procesos administrativos. Elaboración de documentos institucionales.	Se ha establecido que la inteligencia artificial puede mejorar la eficiencia de las instituciones automatizando procesos y mejorando los servicios a los ciudadanos.
3. ¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?	Sí, siempre es importante seguir un proceso de verificación, validando los datos directamente con la fuente oficial o el departamento responsable antes de difundir cualquier mensaje.	Verificación de datos antes de la publicación. Ver fuentes oficiales. Aprobación de Contenido Institucional. Control de la información proporcionada.	Se respeta la importancia de verificar la información antes de su publicación para asegurar la confiabilidad y coherencia del contenido institucional.
4. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer políticas, programas o eventos en el sector?	Los programas que nosotros utilizamos para la comunicación dentro de la institución como es el GAD parroquial es la página web y Facebook.	Uso del sitio web de la institución. Utilizar Facebook como medio de información. Difusión de programas y actividades. Comunicación digital de las instituciones.	Es claro el uso de las plataformas digitales como principales herramientas para difundir información y fortalecer la comunicación institucional.
5. ¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?	Qué hay que proteger la información y cumplir con las políticas de privacidad del GAD.	Protección de información sensible. Cumplimiento de políticas de privacidad. Responsabilidad institucional. Correcto procesamiento de datos.	La importancia de aplicar estándares de protección y privacidad de datos para garantizar la gestión de datos por parte de las autoridades responsables es obvia.

6. ¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?	Si es muy importante para poder así llegar a las personas a comunicar mediante audio videos para poder informar a la gente.	Aprender nuevas herramientas tecnológicas. Producción de contenidos audiovisuales. Comunicación e información a los ciudadanos. Fortalecimiento de la comunicación institucional.	Se ha establecido que las herramientas de aprendizaje basadas en inteligencia artificial pueden ayudar a mejorar la difusión de información y ampliar el círculo de comunicación con los ciudadanos.
7. ¿Qué sabe sobre inteligencia artificial?	La Inteligencia Artificial es útil para la planificación y mantener una buena comunicación dentro del GAD.	Uso de IA en la planificación. Fortalecimiento de la comunicación institucional. Aplicación de tecnologías en los procesos organizacionales. Herramientas de apoyo a la gestión.	Se observa que la inteligencia artificial es percibida como una herramienta de apoyo que puede ayudar a mejorar los procesos de planificación y fortalecer la comunicación dentro del GAD.
8. ¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?	Si pueden publicar para darse a conocer como parroquia y ayudar a que su entorno se desarrolle de mejor manera con crecimiento económico y incentiven al turismo.	Distribución de objetos turísticos. Promoción de la parroquia. Estímulo al turismo local. Crecimiento y desarrollo económico.	Es obvio que la promoción de atractivos y actividades turísticas en esta zona puede contribuir al posicionamiento de la parroquia, promover el turismo y promover el desarrollo económico local.
9. ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?	Es algo útil para un trabajo exitoso y mantener una buena comunicación para el éxito de las obras que se vaya a desarrollar.	Comunicación efectiva en la institución. Apoyo al desarrollo de proyectos y obras. Organización y coordinación institucional. Alcance de los objetivos.	Se ha establecido que una adecuada gestión de la comunicación promueve el trabajo institucional y fortalece la coordinación necesaria para el desarrollo exitoso de proyectos y obras.
10. ¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?	El desarrollo sostenible integral busca alcanzar el buen vivir con su crecimiento económico, equidad social y manteniendo su conservación ambiental.	Crecimiento económico en la región. Igualdad y bienestar social. Conservación y protección del medio ambiente. Desarrollo integral de la comunidad.	Es claro que el desarrollo sostenible se entiende como un proceso que tiene como objetivo crear el bienestar de la población equilibrando aspectos económicos, sociales y ambientales que contribuyan a la mejora de la calidad de vida de la población.

MATRIZ DE TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS			
Cargo: Chofer de Volqueta			**Sujeto participante: Eduardo Rochina**
Preguntas	**Respuestas**	**Análisis temático**	**Interpretación**
1. ¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?	La habilidad con respecto a la Inteligencia artificial conozco que se usa para consultas rápidas en celulares.	Uso de IA en dispositivos móviles. Consultas rápidas mediante herramientas tecnológicas. Acceso a información inmediata. Conocimiento inicial sobre IA.	Se evidencia un conocimiento básico sobre la inteligencia artificial, asociándola principalmente con herramientas de consulta rápida que facilitan el acceso a información desde dispositivos móviles.
2. ¿Para qué podría servir la IA en el GAD?	Nos ayuda a organizar de mejor manera las rutas, llevar un control del combustible y reportar daños en las vías.	Organización de rutas. Control y seguimiento de combustible. Informar daños en las carreteras. Optimización de procesos institucionales.	Se ha encontrado que la inteligencia artificial es percibida como una herramienta de apoyo para optimizar los procesos operativos, mejorar la organización y fortalecer la gestión de recursos dentro de GAD.
3. ¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?	Como chofer no me encargo de la publicación directa sin embargo considero que es importante que todo lo que se publique este acorde con lo que realmente hace el GAD.	La importancia de la información institucional. Adaptación a las actividades del GAD. Precisión del contenido publicado. Responsabilidad institucional.	Se respeta la importancia de difundir información que refleje el funcionamiento real del GAD, garantizando consistencia y confiabilidad institucional.
4. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer políticas, programas o eventos en el sector?	Los programas que nosotros utilizamos para la comunicación dentro de la institución como es el GAD parroquial es la página web y Facebook.	Uso del sitio web de la institución. Usando Facebook. Difusión de información pública. Comunicación digital.	El uso de herramientas digitales es claramente el medio más importante para difundir información y fortalecer la comunicación institucional con la ciudadanía.
5. ¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?	Se debe ser cuidadoso con la información dentro del trabajo ya que no se puede filtrar información debido a que puede generar problemas con la ciudadanía.	Cuidar la información en el trabajo. Prevenir la fuga de datos. Responsabilidad en la gestión de la información. El vínculo entre información y ciudadanía.	. Es evidente la importancia de una adecuada gestión de la información institucional para evitar problemas que puedan afectar las relaciones y la confianza con los ciudadanos.

6. ¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?	Si sería importante ya que se aprendería sobre la IA y ayudaría en los trabajos que hacemos en las vías y comunidades para las personas de la comunidad.	Interés por aprender sobre IA. Uso de herramientas audiovisuales. Comunicación sobre actividades comunitarias. Apoyo a trabajos en carreteras y asentamientos.	Se identifica un valor positivo en relación a la adquisición de herramientas de inteligencia artificial, ya que pueden ayudar a fortalecer la difusión de actividades diseñadas en beneficio de la comunidad.
7. ¿Qué sabe sobre inteligencia artificial?	La inteligencia artificial es conocido porque se puede utilizar para trabajos de muchos estudiantes en otra. Inteligencia q se puede dañar la vista de todo ser humano.	El uso de la inteligencia artificial en las actividades académicas. Solicitud de diversas tareas y puestos de trabajo. Conocimientos básicos de herramientas tecnológicas. Percepciones del impacto del uso frecuente de la tecnología.	Es evidente el conocimiento general sobre la inteligencia artificial, relacionándolo principalmente con su utilidad en actividades académicas y laborales, aunque también existen percepciones sobre las posibles consecuencias derivadas de su uso constante.
8. ¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?	Si es necesario que el GAD publique los atractivos turísticos ya que la gente de afuera de la parroquia se motiva y así publicidad como es los choclos de Santa fé	Difusión de atractivos turísticos locales. Incentivo al turismo. Promoción de productos representativos de la parroquia. Visibilidad del territorio.	Se identifica que la promoción de los atractivos turísticos y productos representativos de la parroquia puede contribuir a incrementar el interés de visitantes y fortalecer el reconocimiento del territorio.
9. ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?	Para obtener una buena comunicación donde los miembros de la parroquia este bien informada y así evitar malos entendidos.	Comunicación efectiva con la ciudadanía. Información clara para la comunidad. Prevención de malos entendidos. Fortalecimiento de relaciones institucionales.	Se observa que una adecuada gestión de la comunicación permite mantener informada a la población y evitar confusiones, fortaleciendo la relación entre la institución y la comunidad.
10. ¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?	El buen vivir se logra cuidando la infraestructura la naturaleza y trabajando para los grupos más vulnerables.	Mantenimiento de infraestructura. Protección del medio ambiente natural. Atención a colectivos vulnerables. Mejora de las condiciones de vida.	Está claro que el buen vivir implica acciones encaminadas a proteger el medio ambiente, fortalecer la infraestructura y satisfacer las necesidades de los grupos más vulnerables de la sociedad.

MATRIZ DE TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS			
Cargo: Servicio de limpieza		**Sujeto participante: Nelly Bedón**	
Preguntas	**Respuestas**	**Análisis temático**	**Interpretación**
1. ¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?	En mi caso tendría poco conocimiento de estas habilidades porque no participo mucho en la tecnología.	Poca interacción con herramientas tecnológicas. Conocimiento limitado de la IA. Baja participación en el entorno digital. Es necesario fortalecer las habilidades tecnológicas.	Se evidencia el limitado conocimiento de la inteligencia artificial al existir poca interacción con las herramientas tecnológicas, lo que refleja la necesidad de fortalecer las habilidades digitales.
2. ¿Para qué podría servir la IA en el GAD?	Para realizar mis informes sobre mi trabajo y detallar todo lo q hago mensualmente	Elaboración de informes de trabajo. Organización de actividades mensuales. Registro de tareas completadas. Optimización del trabajo administrativo.	Se ha establecido que la inteligencia artificial se percibe como una herramienta útil para facilitar la elaboración de informes y mejorar la organización de las actividades laborales.
3. ¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?	Si porque mi trabajo es tener limpio todos los lugares donde que se va a publicar cualquier alineamiento que vaya hacer el GAD parroquial	Participación indirecta en las actividades de las instituciones. Apoyo al desarrollo de actividades del GAD. La importancia del orden institucional. Enlace a procesos organizacionales.	Se ha observado que es importante mantener la coordinación de las actividades institucionales para facilitar el adecuado funcionamiento y organización del GAD.
4. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer políticas, programas o eventos en el sector?	Los programas que nosotros utilizamos para la comunicación dentro de la institución como es el GAD parroquial es la página web y Facebook.	Uso del sitio web de la institución. Usando Facebook. Difusión de información pública. Comunicación digital.	Es evidente el uso de las plataformas digitales como principales herramientas para intercambiar información y mantener la comunicación con los ciudadanos.
5. ¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?	Poco lo que se ha escuchado en las noticias, que se debe pedir permiso a las personas para poder grabar o tomar fotografías evitar subir fotos de niños evitar fotografías o videos violentos.	Solicitud de autorización de imágenes o grabaciones. Protección de la privacidad. Tenga cuidado al publicar contenido confidencial. Prevención de contenidos inapropiados.	Se identifica un concepto básico de la importancia de proteger la privacidad y actuar responsablemente al publicar información o contenidos en medios digitales.

6. ¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?	Me parece una capacitación indispensable en la actualidad porque permite optimizar los tiempos de producción y crear material visual mucho más rápido y accesible.	Formación y formación tecnológica. Optimización de tiempos en los procesos productivos. Producción de materiales audiovisuales. Disponibilidad y rapidez en la generación de contenidos.	Se evidencia una valoración positiva en relación a la formación de herramientas de inteligencia artificial, destacando su contribución a la optimización de procesos y la mejora de la producción de contenidos visuales para su distribución institucional.
7. ¿Qué sabe sobre inteligencia artificial?	Lo entiendo como un conjunto de tecnologías informáticas diseñadas para simular ciertos procesos de aprendizaje y razonamiento humano.	Tecnologías informáticas aplicadas. Simulación de procesos humanos. Aprendizaje automatizado. Razonamiento y procesamiento razonables.	La comprensión de la inteligencia artificial se identifica como un conjunto de tecnologías que tienen como objetivo replicar los procesos de aprendizaje y razonamiento humanos para facilitar diversas actividades.
8. ¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?	Si es posible en todas las redes sociales por ejemplo visitar nuestro mirador del Jesús del Gran poder, la iglesia virgen del quinche nuestra parroquia que es más conocida por los choclos la cascada del tuso, las piedritas y la virgen de los remedios.	Uso de las redes sociales para promocionar el turismo. Promoción de la naturaleza y objetos religiosos. Visibilidad de lugares representativos de la parroquia. Promoción del turismo local.	Es claro que la distribución de atractivos turísticos a través de plataformas digitales puede fortalecer el reconocimiento de la parroquia y promover el interés de los visitantes por los recursos y espacios representativos del entorno.
9. ¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?	Es una pieza fundamental porque garantiza el derecho del ciudadano a estar correctamente informado sobre el uso de los recursos públicos y el avance de las obras.	Derecho de los ciudadanos a la información. Transparencia en el uso de los recursos públicos. Comunicación sobre el trabajo y el progreso del proyecto. Fortalecimiento de la comunicación institucional.	Se ha establecido que una adecuada gestión de la comunicación permite fortalecer la transparencia institucional y garantizar que la ciudadanía conozca las acciones y resultados desarrollados por el GAD.
10. ¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?	Garantizando que todos los habitantes tengan acceso equitativo a servicios básicos, salud y educación de calidad sin comprometer el entorno.	Acceso justo a los servicios básicos. Salud y educación de alta calidad. Bienestar social de la población. Conservación del medio ambiente.	Se señala que el desarrollo sostenible se entiende como un proceso encaminado a mejorar las condiciones de vida de la población, garantizando la igualdad de acceso a los servicios y el cuidado del entorno social y ambiental.

4.3 Matriz de análisis temático

MATRIZ DE ANALISIS TEMÁTICO		
Temas	**Hallazgos**	**Interpretación**
Difusión comunicacional de las actividades y potencialidades del Gad Santa Fe	Se evidencia interés en utilizar medios digitales para difundir información, promover el turismo y fortalecer la comunicación con la ciudadanía.	Se identifica la importancia de fortalecer CAPACIDADES de comunicación digital para mejorar la difusión y promoción de las actividades y recursos de la parroquia.
Soporte de la IA en tareas administrativas del GAD.	Es claro que no se conoce mucho sobre las herramientas y tecnologías de inteligencia artificial. Sin embargo, hay interés en usarlas para ayudar a hacer informes y realizar actividades de trabajo en el GAD parroquial.	Se necesita crear conocimiento sobre inteligencia artificial para mejorar los procesos administrativos y facilitar las tareas en el GAD parroquial, esto permitirá optimizar el trabajo diario y aprovechar mejor los recursos disponibles, la creación de este conocimiento es crucial para el GAD parroquial, puede ayudar a automatizar tareas repetitivas y liberar a los empleados para que se centren en labores más importantes. Además, la inteligencia artificial puede ofrecer información valiosa para la toma de decisiones, por lo que es necesario dedicar tiempo y recursos al desarrollo de este campo, con ello se pretenden lograr mejoras de eficiencia y eficacia en la gestión de los procesos administrativos y, en consecuencia, el GAD parroquial podrá ofrecer mejores servicios a la comunidad.
Tratamiento de información confidencial y datos sensibles en Internet y redes sociales.	La gente tiene conocimientos básicos sobre cómo tratar la información y los contenidos en Internet con responsabilidad. También hay optimismo respecto a la inteligencia artificial. Las personas creen que es una útil herramienta para ahorrar tiempo, generar imágenes y ayudar a divulgar las actividades del GAD.	Se observa un conocimiento básico sobre el manejo de información confidencial, así como también una actitud favorable respecto al uso de herramientas digitales e inteligencia artificial. No obstante, se echa en falta un mayor conocimiento en ciberseguridad y protección de datos. Esto es importante para asegurar un uso responsable y seguro de la información.

4.4 Discusión de Resultados

Se ha logrado visualizar que la mayoría de funcionarios del GAD Parroquial Santa Fe, requieren de una difusión comunicacional para mejorar su publicidad en diversos medios sociales con la finalidad de obtener mayor desarrollo productivo.

Todos los miembros del Gad, manifiestan que es indispensable la IA para el apoyo de tareas administrativas ya que permite brindar más ayuda en las tareas encomendadas a cada funcionario agilitando los procesos con eficiencia para el logro más efectivo de su plan de trabajo.

Mantienen un manejo óptimo de la información confidencial y datos en redes sociales debido a que antes de publicar, revisan, verifican y se aseguran de que autorice el señor presidente del Gad debido a que están supervisados por los entes de control y podría ocasionar inconvenientes que perjudiquen la imagen de la Institución.

PORTADA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

TEMA PROPUESTA

PLAN DE CAPACITACIÓN CON HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN IMPULSADAS POR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL GAD PARROQUIAL SANTA FE.

AUTORA: CYNTHIA MARIELA MOREJÓN MOREJÓN

AÑO: 2025-2026

CAPÍTULO V.

5.PROPUESTA

Presentación de la propuesta.

Justificación.

Objetivo general.

Objetivos específicos.

Beneficiarios.

Plan de capacitación.

Cronograma.

Presupuesto.

Resultados esperados.

Evaluación.

Conclusiones.

5..1 MATRÍZ DE ANÁLISIS DE CAPACITACIÓN					
Plan de Capacitación	**Actividades Sugeridas**	**Meta / KPI**	**Responsable**	**Recursos Tecnológicos**	**Presupuesto**
1. IA para la Gestión Documental y Administrativa	Diseñar un asistente GPT personalizado o utilizar plantillas fijas para hacer resúmenes de actas de sesiones de junta parroquial, asambleas.	**Meta** El 100% del personal redactan documentos. **KPI** Reducción del 40% en el tiempo de elaboración de informes.	Capacitador externo/	❖ Computadoras institucionales. ❖ Conexión a internet estable. Cuentas gratuitas en plataformas de IA (ChatGPT / Gemini / Copilot).	$200.00
2.Comunicación Institucional y Relaciones con la Comunidad	Diseño y redacción de textos, atractivos y claros para redes sociales y canales de difusión (Facebook, WhatsApp del GAD). Taller de diseño básico con IA integrada que faciliten en la creación de afiches digitales de brigadas de salud, mingas o talleres comunitarios.	**Meta** Publicar al menos 3 boletines o posts informativos diseñados y redactados con apoyo de IA en el primer mes. **KPI** Incremento del 20% en el alcance o interacción de la ciudadanía en las páginas oficiales del GAD.	Vocales del GAD Parroquial.	• Teléfonos inteligentes o laptops institucionales. • Herramientas web: Canva (funciones IA), ChatGPT, Microsoft Copilot.	$0.00

3. Análisis de datos comunitarios y formulación de proyectos.	• Prácticas de carga y análisis de textos masivos para que permitan identificar y priorizar las problemáticas principales de la parroquia. • Uso de la IA para estructurar la justificación técnica y el marco lógico de proyectos de desarrollo local.	**Meta** Generar 1 borrador estructurado de perfil de proyectos sociales o productivos que fomenten la infraestructura a través de las herramientas de IA. **KPI** Entrega una propuesta concreta y técnica a niveles de gobierno superiores como son: GAD Provincial, Cantonal y Ministerios.	Presidente del GAD Parroquial y Vocales que manejen herramientas de libre acceso	• Laptops oficiales. • Hojas de cálculo y procesadores de texto. • Herramientas avanzadas de análisis de texto (ChatGPT o Claude).	$0.00

5.3 Tema

Plan de capacitación con herramientas de comunicación impulsadas por la inteligencia artificial en el GAD Parroquial Santa Fe.

5.4 Presentación de la Propuesta

La presente propuesta nace como una necesidad de fortalecer los procesos de comunicación institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Fe con la introducción de herramientas de inteligencia artificial. Actualmente, la digitalización ha generado un paradigma diverso de manejo de la información para la gestión, el ahorro de recursos y un avance tecnológico que cambió la forma de relacionarse con los ciudadanos, por lo que la inteligencia artificial es una opción innovadora para el avance del sector público.

Con la integración de diferentes herramientas de inteligencia artificial, se podrá mejorar la producción de contenidos institucionales, la gestión documental, ampliar la visibilidad en internet del GAD Parroquial, y se podrá realizar un análisis de información para la toma de decisiones. De la misma manera ayudará a aumentar la eficacia administrativa y la calidad en los procesos de comunicación desarrollados en la entidad.

La propuesta incluye un plan de capacitación presencial dirigido a las autoridades y funcionarios del GAD Parroquial Rural Santa Fe, a través del cual se entregarán conceptos teóricos y prácticos sobre el uso de las herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la comunicación institucional, generación de contenidos digitales, diseño gráfico, producción audiovisual y monitoreo de la participación ciudadana.

5.5 Justificación

La comunicación institucional constituye un elemento fundamental dentro de la administración pública, debido a que permite establecer vínculos efectivos entre las instituciones y la ciudadanía. Para el GAD Parroquial Rural Santa Fe, la incorporación de herramientas tecnológicas representa una oportunidad para mejorar la difusión de información pública, fortalecer la transparencia institucional y promover una mayor participación ciudadana.

La inteligencia artificial actualmente permite automatizar procesos comunicacionales, generar contenidos de manera eficiente, analizar información digital y mejorar la

planificación estratégica de las instituciones. Estas herramientas contribuyen a reducir tiempos operativos, mejorar la calidad de los mensajes y fortalecer la comunicación de proyectos, obras y servicios desarrollados por el GAD.

Por ello, esta propuesta busca capacitar al personal institucional en el manejo responsable y estratégico de herramientas basadas en inteligencia artificial, promoviendo la innovación tecnológica como un recurso para fortalecer la gestión comunicacional y mejorar la relación entre la institución y la comunidad.

5.6 Objetivo General

Impulsar el fortalecimiento comunicacional del GAD Parroquial Rural Santa Fe mediante la capacitación con herramientas de inteligencia artificial para potenciar la generación de contenidos, difusión de información pública y la interacción con la ciudadanía.

5.7 Objetivos Específicos

Capacitar a los colaboradores del GAD Santa Fe en el manejo de herramientas de inteligencia artificial para el desarrollo de contenidos digitales, campañas comunicacionales y publicaciones para redes sociales.

Potenciar las capacidades de los recursos humanos para la realización de piezas gráficas y audiovisuales destinadas a la promoción de las actividades desarrolladas en el ámbito de los servicios, proyectos y actividades institucionales.

Aplicar herramientas de inteligencia artificial en el análisis de las métricas digitales, el monitoreo ciudadano y la trazabilidad comunicacional.

Beneficiarios Directos GRÁFICO

Fuente: Elaboración propia



Beneficiarios indirectos

GRÁFICO



Fuente: Elaboración propia

Plan de capacitación Modalidad: Presencial Duración: 16 horas

Participantes: Autoridades y funcionarios del GAD Parroquial Rural Santa Fe

Módulo 1:

La inteligencia artificial en la comunicación pública

Duración: 1 hora Contenidos:

Conceptos básicos de inteligencia artificial.

Beneficios de la IA en gobiernos autónomos descentralizados.

Uso ético y responsable de la IA.

Identificación de procesos comunicacionales que pueden optimizarse.

Herramientas:

ChatGPT.

Gemini.

¿Qué es la Inteligencia Artificial?

La Inteligencia Artificial (IA) es la capacidad de los sistemas informáticos para realizar actividades que normalmente requieren inteligencia humana. Esta tecnología permite que las máquinas utilicen algoritmos, aprendan a partir de los datos y apliquen los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones de manera similar a los seres humanos. Sin embargo, a diferencia de los humanos, los sistemas basados en IA pueden trabajar de forma continua, sin necesidad de descansar, y procesar grandes cantidades de información de forma rápida y eficiente, facilitando la automatización y optimización de diversas tareas.

Beneficios para los gobiernos autónomos descentralizados.

La inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta estratégica para mejorar la administración pública, ya que permite optimizar los procesos administrativos, fortalecer la toma de decisiones basada en datos y mejorar la prestación de servicios a los ciudadanos.

. Su implementación contribuye a aumentar la eficiencia operativa al automatizar las tareas diarias y analizar una gran cantidad de información, promoviendo una administración del Estado más ágil y eficiente.

Uso ético y responsable de la IA

El uso ético de la inteligencia artificial implica garantizar que su desarrollo e implementación respete los derechos humanos, la dignidad humana, la transparencia y la equidad. Las autoridades públicas deberían promover mecanismos de supervisión humana, protección de datos y rendición de cuentas para garantizar que los sistemas de IA se utilicen de manera responsable y en beneficio de la sociedad. También es importante eliminar el sesgo algorítmico y fortalecer la confianza de los ciudadanos en las decisiones respaldadas por estas tecnologías.

Identificación de tareas comunicacionales que pueden optimizarse con IA.

La inteligencia artificial se puede utilizar para optimizar diversas actividades en la gestión de la comunicación institucional. Una de las principales tareas que pueden beneficiarse de esta tecnología es la redacción de comunicados, newsletters y publicaciones para redes sociales; generación de contenidos digitales; monitorear la interacción ciudadana; análisis de opiniones y comentarios; segmentación de audiencia; y automatice las respuestas a preguntas comunes utilizando asistentes virtuales o chatbots. Estas herramientas ayudan a reducir el tiempo dedicado a tareas repetitivas, mejorar la productividad de los empleados y fortalecer la comunicación entre la institución y los residentes.

Redacción Institucional con Chat GPT y Gemini

Chat GPT

Es una inteligencia artificial que esta perfeccionada por OpenAI. Opera como un evolucionado guía de lenguaje conversacional capacitado para percibir peticiones y generar contestaciones precisas, naturales y minuciosas, ya sea para escribir o redactar textos, solucionar inconvenientes o analizar información.

¿Cómo funciona?

Se fundamento en la tecnología "GPT" (Generative Pre-trained Transformer), lo que significa que ha sido adiestrado con grandes y masivas cantidades de información en línea. A través de puntos neuronales, este sistema pronostica y organiza las palabras de manera que pueda ser entendible y comprensible. Esto permite mantener una interacción clara como si fuera una conversación, recordando siempre el contexto de la conversación y aceptando correcciones.

¿Para qué sirve?

Chat GPT es una herramienta versátil la misma que puede adaptarse a diversas peculiaridades, entre las que destacan:

Generación y corrección de textos: aquí se puede dar la redacción de correos, ensayos, artículos, resúmenes o traducir entre diferentes idiomas según la necesidad de la persona.

Programación y matemáticas: permite escribir, perfeccionar y explicar en diversos

lenguajes, además de solventar y resolver cálculos matemáticos.

Búsqueda y análisis: ayuda a extraer diversos datos resumidos y analizados de documentos a partir de archivos, y ejecución de exploraciones web en tiempo real.

Creación y multimodalidad: tiene la capacidad de procesar imágenes y generar contenido visual según como se le pida que elabore, también puede mejorar imágenes y su contenido.

Gemini IA

Se encuentra dentro de la familia de modelos de lenguaje e inteligencia artificial generativa y multimodal, misma que está desarrollada por Google. También es el nombre del asistente

virtual conversacional (antes conocido como Bard) el cual admite interactuar con este tipo de tecnología para elaborar, escribir o redactar textos, proyectar, analizar datos, crear imágenes y resumir documentos.

Puntos Clave Sobre Gemini

Tecnología Multimodal: Está diseñado desde cero con el fin de que se pueda comprender, manipular y ajustar distintas tipologías de información de forma natural, ya sea como texto, audio, imagen o video.

Asistente de IA (Chatbot): se puede utilizar como un chat participativo donde se puede hacer preguntas, pedir ayuda con algún tipo de planificación o con la redacción de textos o correos.

Integración con Google: esta herramienta tiene la destreza de poder conectarse fácilmente con la herramientas o aplicaciones de Google que se utilicen diariamente, como Gmail, Google Drive y Google Docs.

¿Qué se puede hacer al respecto?

Escritura y creatividad: te ayuda a escribir ensayos, correos electrónicos, guiones o ideas.

Programación: escribir, depurar y explicar código en una variedad de lenguajes de programación (Python, C, Java, etc.).

Análisis de información: puede leer documentos extensos, analizar gráficos o extraer datos clave de imágenes y archivos PDF.

Ayuda móvil: disponible como aplicación para dispositivos Android e iOS e incluso permite la interacción mediante comandos de voz.

Actividad Elaboración de un comunicado institucional utilizando IA.



Módulo 2:

Redacción institucional con inteligencia artificial

Contenidos:

Creación de boletines de prensa.

Comunicados oficiales.

Elaboración de discursos institucionales.

Corrección ortográfica y mejora de estilo.

Adaptación de mensajes según públicos.

Herramientas

Chat Gemini

Creación de boletines de prensa: Se capacitará para aplicar la inteligencia artificial AI como soporte para el desarrollo de boletines de prensa institucionales, en la gestión de la información con mayor nivel de relevancia, en la visualización de actividades, proyectos y acciones del GAD. La plataforma ayuda a evaluar la calidad de la redacción, sugerir titulares y evaluar la bondad informativa con perspectiva periodística.

Comunicados oficiales: Se enseñará cómo usar la inteligencia artificial para generar boletines simples y formales a los que informar a la ciudadanía sobre decisiones, eventos, comunicaciones oficiales o avisos o actividades institucionales. Se centrará en mantener una charla profesional, amistosa con la causa.

Elaboración de discursos institucionales: En este sentido, utilizará recursos de inteligencia artificial para apoyarse a la hora de elaborar discursos para eventos públicos, encuentros o actos institucionales. Se enseñan a estructurar ideas, fortalecer mensajes y usar un tono acorde a las diferentes ocasiones.

Corrección ortográfica y mejora de estilo. Será formado en el uso de IA para la revisión de sus contenidos institucionales, para identificar faltas ortográficas, mejorar la gramática y estilo, con la finalidad de conseguir redacciones más profesionales y despejadas de cualquier innecesaria ambigüedad., Se logrará una mejoría significativa en los documentos elaborados.

Adaptación de mensajes según públicos: Intentaremos definir qué significan los mensajes institucionales en relación con los distintos públicos de congregación parroquial. Con este sistema se podrán personalizar contenidos en función de la edad, el nivel de comprensión o las necesidades de las personas, para comunicarse con más efectividad y llegar a un mayor número de ciudadanos.

Actividad: Crear un boletín de prensa sobre una obra ejecutada por el GAD IA



Módulo 3:

Creación de contenido para redes sociales con IA

Duración: 4 horas

Contenidos:

Generación de ideas para campañas.

Calendario de publicaciones.

Redacción para Facebook, Instagram y TikTok.

Creación de hashtags.

Segmentación de públicos.

Herramientas:

ChatGPT.

Gemini.

Canva IA.

Generación de ideas para campañas

¿De qué se trata?

Es la generación de propuestas actualizada, de vanguardia, temáticas y estratégicas de comunicación que facilitan la promoción de actividades, líneas de trabajo, servicios o las mismas instituciones.

¿En qué consiste?

Implica el uso de la inteligencia artificial para apoyar la generación de ideas creativas para campañas digitales, detectar asuntos de interés para la ciudadanía y sugerir maneras novedosas de comunicar la información.

Ejemplo:

La IA puede ayudar a producir ideas para una campaña en torno a:

Rendición de cuentas del GAD.

Las viviendas realizadas en la parroquia.

Tenga cuidado con el medio ambiente.

La invitación de eventos sociales con la comunidad.

Calendario de publicaciones

¿Qué es? Es un calendario que te permite planificar las fechas, horas y contenido que vas a publicar en tus redes sociales.

¿Qué significa? Establece una secuencia planificada de publicaciones que ayuda a mantener una comunicación continua con el público y evitar la improvisación, mejorando la imagen de la entidad en el ámbito digital

Ejemplo:

Día	Contenido
Lunes	Información sobre actividades del GAD
Miércoles	Fotografías de obras ejecutadas
Viernes	Invitación a eventos comunitarios

La IA puede generar calendarios mensuales de contenido en función de los objetivos de la institución.

Redacción para Facebook, Instagram y TikTok.

¿Qué es? Se trata de redacciones personalizadas para cada una de las redes sociales con las que trabajas.
¿Qué quiere decir? Cada canal tiene su propia manera de comunicarse, por eso con la ayuda de IA puedes escribir mensajes más claros, atractivos y alineados con cada audiencia.
Ejemplo:
Facebook: publicaciones detalladas y con información sobre actividades institucionales.
Instagram: textos visuales, breves y atractivos que se acompañan de imágenes.

Apple: tweets cortos, dinámicos y creativos para vídeos. Creación de hashtags.
¿Qué es?
Un hashtag es una palabra o frase sin espacios precedida por el símbolo # utilizado en publicaciones en redes sociales que ayuda a identificar y categorizar contenidos.
¿Qué significa?
Contribuyen a mejorar la difusión de la publicación y permiten a los usuarios buscar contenidos relacionados con determinadas etiquetas temáticas.

Ejemplo:

Por GAD atraco una obra:

#SantaFeAvanza #ObrasParaLaComunidad #GestiónInstitucional #NuestraParroquia

La IA puede crear hashtags para la campaña y el público específico.

Segmentación de públicos.

¿Qué es? Es el censo de la población dividido en grupos con características comunes, intereses o necesidades.

¿Qué significa? Usted puede escribir mensajes para personas individuales para una comunicación más eficaz.

Ejemplo:

Jóvenes → contenido TikTok e Instagram. Adultos → información en Facebook.

Zonas rurales — mensajes sobre servicios y proyectos locales.

La inteligencia artificial ayuda a analizar públicos y personalizar contenidos según intereses.

Actividad: Crear una campaña digital de participación ciudadana generado por la IA



Módulo 4:

Diseño gráfico y material audiovisual con IA

Duración: 4 horas

Contenidos:

Diseño de afiches y flyers.

Presentaciones institucionales.

Creación de imágenes con IA.

Producción de videos cortos.

Herramientas:

Canva IA.

CapCut IA.

Microsoft Designer.

Diseño de afiches y flyers:

Este módulo busca potenciar la comunicación institucional a través del uso de herramientas de inteligencia artificial para generación de contenidos gráficos y audiovisuales. Los asistentes desarrollaran material es digitales presuasivos para informar y divulgar las acciones del GAD hacia la ciudadanía.

Usted puede crear gráficos digitales para celebrar campañas, eventos, proyectos, y actividades institucionales. La IA permite el diseño y permite organizar visualmente y adaptar el contenido bajo la identidad del GAD.

Aplicación: Elaboración de flyers informativos, invitaciones y campañas ciudadanas.
Presentaciones institucionales
Son ayudas visuales que permiten presentar información sobre proyectos, gestión y resultados institucionales en un formato coherente y profesional.
Uso: Presentación de actividades y obras, y rendición de cuentas.

Creación de imágenes con IA
Es posible realizar imágenes digitales a través de instrucciones escritas, generando recursos visuales para comunicación institucional personalizados.
Uso: Imágenes para redes sociales, campañas, información.
Realización de videos cortos
La IA permite producir y editar vídeos rápidamente con herramientas que ofrecen efectos, subtítulos y mejoras audiovisuales. Uso: Vídeos literatura de obras, actividades comunitarias y mensajes institucionales.
Presentaciones institucionales.
Creación de imágenes con IA.
Producción de videos cortos.

Actividad: Crear una campaña visual institucional.



Módulo 5:

Análisis y monitoreo de comunicación institucional

Duración: 3 horas

Contenidos:

Análisis de comentarios ciudadanos.

Identificación de tendencias.

Evaluación de métricas.

Elaboración de informes comunicacionales.

Contenido	Descripción	Herramienta IA	Actividad
Análisis de comentarios ciudadanos	Evaluación de opiniones, sugerencias y reacciones de los ciudadanos en publicaciones institucionales.	ChatGPT, Gemini o Copilot	Identificar comentarios positivos, negativos y sugerencias.
Identificación de tendencias	Detección de temas recurrentes y asuntos de interés para la comunidad.	ChatGPT y Google Trends	Reconocer patrones y temas más comentados.
Evaluación de métricas	Análisis de indicadores de alcance, interacción y participación ciudadana.	Meta Business Suite y ChatGPT	Interpretar estadísticas de una publicación institucional.
Elaboración de informes comunicacionales	Organización y presentación de resultados para la toma de decisiones.	ChatGPT y Microsoft Copilot	Elaborar un informe comunicacional basado en los datos analizados.

Actividad Práctica: Analizar una publicación institucional y generar un informe. Institución estudiada: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santa Fe Selección de publicación:

Publicación institucional en redes sociales sobre el GAD Parroquial Santa Fe y la realización de una obra comunitaria.

Análisis de comentarios ciudadanos

A través del análisis de comentarios de los usuarios en las publicaciones institucionales, se constató que la opinión general de los usuarios con respecto a la gestión era positiva.

Los vecinos resaltan la necesidad de las obras como pilar fundamental para el desarrollo de la parroquia y piden más información sobre otros proyectos y actividades que habría ejecutado la entidad.

También se contabilizaron mensajes con recomendaciones para informar mejor sobre las fechas, los avances y las ventajas de las obras.

Detección de tendencias

Se pudo a continuación identificar las siguientes tendencias:

Hay mayor interés de los ciudadanos en publicaciones relacionadas a obras, servicios y beneficios comunitarios.

Imágenes y videos tienen más interacción que textos informativos.

Se observa una tendencia positiva hacia los contenidos relacionados con resultados concretos de la gestión institucional.

La ciudadanía pide más información sobre próximos proyectos.

Evaluación de métricas comunicacionales

Indicadores analizados:

Alcance: La publicación alcanzó varios usuarios de la comunidad.

Interacción: Hubo algunas reacciones, comentarios y compartidos.

Temas relevantes: Los usuarios aprovecharon las redes sociales para expresar sus opiniones o consultas.

Reporte de prensa

Resultado del análisis:

La difusión institucional si tuvo contenido para informar sobre una acción del GAD Parroquial Santa Fe que despertó interés y participación de la ciudadanía.

Finalmente, con la comunicación visual, la transparencia, el trabajo y los avances en bien de la comunidad, permitieron Consolidar la Identidad Instituciona

Recomendaciones:

- Mantenerse en una constante publicación de boletines institucionales
- Producir contenido audiovisual para fomentar la participación ciudadana
- Contestar comentarios para fortalecer la comunicación directa con los habitantes
- Emplear herramientas de inteligencia artificial para monitorear opiniones y retroalimentar futuras campañas comunicacionales.

Conclusión:

El seguimiento y análisis de la comunicación digital le permite al GAD Parroquial Santa fe obtener una percepción ciudadana y potencializar sus estrategias comunicacionales institucionales en base a decisiones informadas.

Nivel de aceptación: La respuesta de los ciudadanos fue en su mayor parte positiva.

Indicadores analizados:

Alcance: La publicación logró llegar a diferentes usuarios de la comunidad.

Interacción: Se evidenció participación mediante reacciones, comentarios y compartidos.

Participación ciudadana: Los usuarios utilizaron las redes sociales como medio para expresar opiniones y consultas.

Nivel de aceptación: La respuesta ciudadana fue mayormente favorable

Módulo 6:

Taller integrativo final

Duración: 3 horas

Los participantes elaborarán una campaña completa utilizando inteligencia artificial:
Productos:
Nota de prensa.
Publicaciones para redes sociales.
Diseño gráfico.
Informe de evaluación.

Presentación final.

Cronograma

Actividades	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Preparación de capacitación	X			
Módulo IA comunicación pública	X			
Creación de contenidos digitales		X		
Diseño gráfico y audiovisual		X		
Monitoreo y evaluación			X	
Taller final				X

Presupuesto

Recursos	Cantidad	Valor
Material didáctico	1	$50
Impresiones	1	$30
Internet y herramientas digitales	1	$60
Refrigerios	20 personas	$120
Material tecnológico	Institucional	$0
Total		$260

Resultados esperados

Con la implementación del plan de capacitación se espera fortalecer las competencias digitales del personal del GAD Parroquial Rural Santa Fe, permitiendo incorporar herramientas de inteligencia artificial dentro de los procesos comunicacionales institucionales.

Además, se busca mejorar la calidad de los contenidos publicados, optimizar los tiempos de producción, fortalecer la presencia digital institucional y generar una comunicación más cercana, transparente y participativa con la ciudadanía.

Conclusiones

La propuesta del plan de capacitación con herramientas de inteligencia artificial constituye una estrategia innovadora para fortalecer la comunicación institucional del GAD Parroquial Rural Santa Fe.

La aplicación de estas tecnologías permitirá mejorar la producción de contenidos, facilitar la gestión comunicacional y fortalecer los canales de información con la ciudadanía.

La capacitación del personal permitirá que la institución adopte nuevas herramientas digitales de manera responsable, ética y estratégica, contribuyendo al proceso de modernización y fortalecimiento institucional.

Evaluación

La evaluación se realizará mediante:

Encuesta inicial y final de conocimientos.

Actividades prácticas durante los módulos.

Evaluación de productos comunicacionales elaborados.

Observación del manejo de herramientas digitales.

Indicadores:

Número de funcionarios capacitados.

Cantidad de contenidos generados con IA.

Calidad de publicaciones institucionales.

Nivel de interacción ciudadana.

6. CONCLUSIONES

La introducción de herramientas de inteligencia artificial ayuda a optimizar la gestión de la comunicación institucional en el GAD de la Parroquia Santa Fe, asegurando una mayor eficiencia en la creación y distribución de contenidos informativos.

El uso de la inteligencia artificial facilita la elaboración de publicaciones, noticias y materiales de comunicación, reduce el tiempo de trabajo y fortalece la interacción con los ciudadanos.

La capacitación del personal en el uso de herramientas de inteligencia artificial es fundamental para su uso y mejora de los procesos de comunicación de la institución.

7. RECOMENDACIONES

Sujetar gradualmente herramientas de inteligencia artificial en las actividades de comunicación de las instituciones para fortalecer la gestión de la información en el GAD Parroquial Santa Fe.

Desarrollar programas de capacitación para funcionarios públicos y responsables de comunicación para garantizar el uso adecuado y eficaz de estas tecnologías.

Crear mecanismos de seguimiento y comprobación de los contenidos generados por la inteligencia artificial, asegurando la calidad, veracidad y relevancia de la información proporcionada a los ciudadanos.

8. BIBLIOGRAFÍA

Correal María Clara . (2009). (1). Obtenido de https://journal.universidadean.edu.co/index.php/revistai/article/view/624

Fernández María Ana. (2021). Definicion de valor. Revista digital. Obtenido de https://definicion.com/valor/?

Ley Orgánica de comunicacion . (2013). Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/la_ley_de_comunicacion_fue_publicada_en_el_registro_oficial_y_entro_en_vigencia?

REGLAMENTO CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO MANCOMUNIDADES DE LOS GADS. (07 de Septiembre de 2018). Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/Documento_REGLAMENTO-CONFORMACION-FUNCIONAMIENTO-MANCOMUNIDADES-CONSORCIOS-GAD.pdf

Taylor Mike. (27 de Septiembre de 2025). Obtenido de https://surveyninja.io/es/blog/thematic-analysis

Aguilar Velásquez, P. N. (2024). Uso de IA en medios ecuatorianos. Obtenido de https://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/38595

Alberto, H. T. (2024). Comunicación digital y transformación mediática. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/document-3_merged-2-fusionado-1.pdf

Alcorta, F. y. (2004). Obtenido de https://www.academia.edu/13777661/Cap%C3%ADtulo_V

Alvarado, L. (23 de Agosto de 2023). Obtenido de https://www.poli.edu.co/blog/poliverso/herramientas-inteligencia-artificial-para-estudiantes

Aranda, K. (28 de Febrero de 2025). Herramientas de la IA. Obtenido de https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/conoce-estas-6-herramientas-aplicar-inteligencia-artificial-tu-dia-dia/

Asamblea Nacional del Ecuador. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD). (2010). Obtenido de https://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf

Barragán-Martínez, X. (2023). Situación de la Inteligencia Artificial en el Ecuador en relación con los países líderes de la región del Cono Sur. FIGEMPA: Investigación y Desarrollo, 16(2),(23-38.). Obtenido de https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/RevFIG/article/view/4498/7321

Beekman, G. (2005). Introduccion a la informatica. Obtenido de https://tisgtacna.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/10/introduccion_a_la_informatica_beekman_ge.pdf

Bozeman, B. (1985). La gestion Publica situacion actual. Recuperado el 30 de 03 de 2026, de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23904w/S2/2_LA%20GESTION%20PUBLICA%20SU%20SITUACION%20ACTUAL_(p%C3%A1g.%2065-79).pdf

Brandolini, G. &. (2009). Comunicacion interna. Obtenido de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69725/Docu-mento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1

Bravo, M. (2016). Desafíos de la comunicacion gubernamental en el cambio de epoca para las instituciones Chimborazo Ecuador. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-DesafiosDeLaComunicacionGubernamentalEnElCambioDeE-5764280.pdf

Capriotti Paúl. (Febrero de 2013). Obtenido de https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Imagen%20Corporativa.pdf

Capriotti, P. (2016). Comunicacion corporativa. Quito. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/TESIS_MICHELLE%20CARRILLO-3.pdf

Castells, M. (1996). La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Obtenido de https://www.economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf?

Castells, Manuel. (2006). La sociedad red. Madrid, España: Alianza Editorial.

Castelo Matheus . (28 de Noviembre de 2024). Obtenido de https://nocodestartup.io/es/las-mejores-herramientas-de-inteligencia-artificial-para-imagenes-2/

Cesar Stalyn Santana Castillo. (5 de Enero de 2021). Obtenido de https://www.scribd.com/document/501140267/Constitucional-Origen-y-evolucion-de-los-GADS

Chiliquinga Javier, A. M. (2024). La influencia de la inteligencia artificial en la sociedad.

Sapiens, 1(1), 9. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LaInfluenciaDeLaInteligenciaArtificialEnLaSociedad-10151801-2.pdf

CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL. (16 de Enero de 2015). Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-

content/uploads/downloads/2016/01/dic15_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf
Comisión Interamericana de Derechos Humanos . (Oct de 2000). Obtenido de https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/16/7770/6b.pdf
Cómo están adoptando la IA las empresas de comunicación (12 de Febrero de 2025). Obtenido de https://comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e8845/6761
CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (20 de Oct de 2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
Coronel, C. C. (2023). Los objetivos de la investigación. Archivo Médico Camagüey. Obtenido dhttps://www.researchgate.net/publication/379604231_Los_objetivos_de_la_investigacion
Costa, J. (2008). El nuevo paradigma de comunicación institucional en sociedades complejas. Obtenido de https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/32005?
Cynthia Morejón. (15 de NOVIEMBRE de 2025). ANÁLISIS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL GAD SANTA FE. GUARANDA.
Cynthia, M. (s.f.).
De la Vega Arévalo Angélica Beatriz. (2024). Manejo Ético de la inteligencia artificial en la coMunicación organizacional durante una crisis:un enfoQue en transParencia y confianza. Obtenido de https://zenodo.org/records/13908841
Dennis Rondinelli. (1981). Government Decentralization in Comparative Perspective.

Descartes Rene. (1637). Discurso del Metodo. Madrid. Obtenido de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/obras_completas-rene_descartes.pdf

Enrique Ayala Mora. (2008). Historia del Ecuador. Corporación Editora Nacional.

Galarza Ligña, V. et al. (2024). Uso de IA en estudiantes de comunicación. Amenazas a la libertad deexpresión y democracia. Obtenido de Uso de IA en estudiantes de comunicación

Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda . (s.f.). Obtenido de https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/comunicacion/

Gonzáles, H. (2016). La implementación de procesos de informatización en organizaciones.

Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/4768/476852098003/476852098003.pdf

González, Sonia Aránzazu Ferruz. (2017). Reputacion . Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (RAE-IC). Obtenido de https://www.revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/80?

Google Maps. (s.f.). (6 de Abril de 2026). Parroquia Santa Fe. Guaranda. Obtenido de https://www.google.com/maps/place/A+Santa+Fe/@-1.6093264,-79.0072088,757m/data=!3m2!1e3!4b1!4m6!3m5!1s0x91d317ccfec05fe7:0x813ae5bec9380c44!8m2!3d-1.6093318!4d-79.0046339!16s%2Fg%2F11pcrjylcw?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI2MDQwMS4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3D

Google Maps. (s.f.). (6 de Abril de 2026). Parroquia Santa Fe. Guaranda. Obtenido de Google Maps. https://www.google.com/maps/place/A+Santa+Fe/@-1.6093264,-

79.0072088,757m/data=!3m2!1e3!4b1!4m6!3m5!1s0x91d317ccfec05fe7:0x813ae5bec9380c44!8m2!3d-1.6093318!4d-79.0046339!16s%2Fg%2F11pcrjylcw?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI2MDQwMS4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3
Guevara. (2019).
Guido Bricio . (17 de Mayo de 2024). Obtenido de https://www.santafe.gob.ec/parroquia-santa-fe/#:~:text=Los%20fundadores%20de%20la%20parroquia%20Santa%20Fe,el%2023%20de%20Abril%20del%20mismo%20a%C3%B1o.
Herrera Jessica, Peña Jessica, Herrera María, Moreno Douglas. (15 de Enero de 2024). Obtenido de file:///C:/Users/DELL%20PC/Downloads/Dialnet-LaInteligenciaArtificialYSuImpactoEnLaComunicacion-9290654-1.pdf
Herrera Jessica., P. J. (2024). inteligencia artificial y su impacto en la comunicación: recorrido y perspectivas. Revista de estudios interdiciplinarios en ciencias sociales, 26(1), 8. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LaInteligenciaArtificialYSuImpactoEnLaComunicacion-9290654-1.pdf
Herrera-Ortiz, P.-A. H.-V.-M. (ENERO-ABRIL de 2024). LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SU IMPACTO EN LA. 26.
Horacio, A. (2005). Comunicacion organizacional. Recuperado el 30 de 03 de 2026, de https://books.google.com.co/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false

InveCom, R. (2025). La inteligencia artificial en la investigación científica. Maracaibo . Recuperado el 23 de Abril de 2026, de https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S2739-00632026000303010&script=sci_arttext

Joffre Rea-Zurita / Andrés Luna-Montalvo / Iván Aldaz-Yépez. (15 de Noviembre de 2024). Divulgación Científica en los Medios Digitales de Ecuador. Obtenido de https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/203/663

Johan, C. (1999). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Paidós. Recuperado el 24 de Abril de 2026 Lasswell. (1948).

Lazo, A. G. (2016). Comunicación digital: Un modelo basado en el factor relacional. Barcelona, España. Obtenido de https://www.perlego.com/book/3251764/comunicacin-digital-un-modelo-basado-en-el-factor-relacional-pdf

Lembke, D. G. (26 de Mar de 2024). Uso de la inteligencia artificial en la comunicación. Recuperado el 2026 de 03 de 25, de https://morethandigital.info/es/uso-de-la-inteligencia-artificial-en-la-comunicacion/

LEY ORGÁNICA DE TELECOMUNICACIONES. (18 de Feb. de 2015). Obtenido de https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Ley-Org%C3%A1nica-de-Telecomunicaciones.pdf

LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA. (18 de Mayo de 2004). Obtenido de www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/LOTAIP.pdf

Lozada, B. (2025). Gobierno digital e inteligencia artificial en GADs. Revista en Arte, Educación, Humanidades. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/3387-Article%20Text-15767-1-10-20250512.pdf

Malvina, R. (2025). Revista Iberoamericana. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-CambiarElJuegoDeLaInteligenciaArtificialALaIntelig-10170711.pdf

Morejón Cynthia. (31 de Marzo de 2026). Inteligencia Artificial. Guaranda.

Muñoz Uribe Juan Fernando. (2022). La formación en comunicación. Quito. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/La_Formaci%C3%B3n_en_Comunicaci%C3%B3n_Visiones/OaqYEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=%EF%83%98%09La+estructura+del+sistema+de+comunicaci%C3%B3n+institucional.&pg=RA1-PT170&printsec=frontcover

Navarro, Z. L. (2024). IA en comunicación y medios. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/385212287_Inteligencia_Artificial_y_Comunicacion

Nilsson. (2014). Obtenido de https://books.google.co.cr/books?id=mT-jBQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Pacheco, A. (2024). En P. Adriana, Así es y así funciona Speechify; la mejor aplicación para convertir texto a voz en 2024 (pág. 1). Obtenido de https://www.adn40.mx/es-tendencia/que-es-speechify-como-se-puede-convertir-texto-voz-en-2024-esta-app

Palacios, A. H. (Febrero de 2025). EL IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
Multidisciplinaria, 9(1), 4. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/16468-Texto%20del%20art%C3%ADculo-77474-1-10-20250306.pdf
PeterNorvig, S. J. (2004). INTELIGENCIA ARTIFICIAL. MADRID. Obtenido de https://luismejias21.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/09/inteligencia-artificial-un-enfoque-moderno-stuart-j-russell.pdf
Pilo, R. C. (30 de Abril de 2024). El impacto de la Inteligencioa Artificial en la comunicacion. redalyc. Recuperado el 31 de Marzo de 2026, de https://www.redalyc.org/journal/1995/199581420006/199581420006.pdf
Puerta Héctor . (13 de junio de 2024). Las mejores herramientas de Inteligencia Artificial para profesionales de la comunicación. Be Shared. Obtenido de https://beshared.es/herramientas-de-inteligencia-artificial-para-profesionales-comunicacion
Puerto . (2025).
Ramio, C. (2025). Inteligencia Artificial y Administracion Publica. Madrid. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Inteligencia_artificial_y_Administraci%C3%B3/_p9MEQAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=INFLUENCIA+IA+libros+carles+ramio&pg=PT4&printsec=frontcover
Raquel, S. (30 de Diciembre de 2023). Políticas de comunicación e inteligencia artificial: nuevos desafíos. Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad No. 3, 11. Obtenido de https://revistas.flacsoandes.edu.ec/urvio/article/view/5992/4566

Revista Universidad y Sociedad. (2022). Cienfuegos. Recuperado el 23 de Abril de 2026, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202022000500325&script=sci_arttext

Rivera, A. B., Rojas, L. R., Ramírez, F., & Álvarez de Fernández, T. (2005). LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL. Venezuela.

Rochina Laura ,TIiamba Elvia. (2012). Parroquia Santa Fe. Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a88f966f-c444-409d-b114-9ce7ec9f3c5e/content

Rodrich, R. (2012). Obtenido de https://n9.cl/jytgo

Rojas, M. (27 de Octubre de 2004). Identidad. Educere, 2. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/356/35602707.pdf

Rouhiainen, L. (2018). Inteligencia. Obtenido de https://proassets.planetadelibros.com/usuaris/libros_contenido/arxius/40/39308_Inteligencia_artificial.pdf

S/n. (2025). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/bolivar/guaranda/rurales/santa-fe-bolivar-a4fpi4313

Salazar., C. P. (2024). La evolución de la inteligencia artificial y su impacto en el desarrollo de sotfware. polodelconocimiento, 9(9). Obtenido de https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/8077/pdf

Salazar-García, I. A. (2018). Los robots y la Inteligencia. Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias. Obtenido de https://revistascientificas.uspceu.com/

Sampieri, R. H. (2006). Metodología de la Investigación. México. Obtenido de https://mail.google.com/mail/u/5/#inbox/FMfcgzQgLFkGHNXXnqnZmCXjGgrhchpl?projector=1&messagePartId=0.1

Segarra, H. C. (8 de febrero de 2024). El impacto de la Inteligencia Artificial en la comunicación. Recuperado el 25 de 03 de 25, de https://www.comunicacionsostenible.co/2024/02/08/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-la-comunicacion/#:~:text=Uno%20de%20los%20aspectos%20destacados%20de%20la,web%20que%20facilitan%20la%20navegaci%C3%B3n%20del%20usuario.

Sergio Boisier. ((2004).). Desarrollo territorial y descentralización en América Latina.

Silverio, R. Z. (2024). Revista enfoques de la comunicacion. Obtenido de https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/203

Tiaguaro. (2018).

Torres y León. (2015). El libro ComunicAI. La revolución de la Inteligencia. Ecuador.

UNESCO. (2021). Obtenido de https://www.unesco.org/es/artificial-intelligence/recommendation-ethics UNIR. (24 de Septiembre de 2025). Obtenido de https://mexico.unir.net/noticias/comunicacion-mercadotecnia/comunicacion-institucional/

Uria Recio, P. (2024). Cómo la IA Transformará Nuestro Futuro. En P. Uriarecio. Copyright.

Uso de la IA en la Comunicación (junio de 2024).

Valdiviezo Tania Flores, Fonseca Yesenia Miranda. (2025). Cómo la Inteligencia Artificial está transformando la Comunicación Visual. epsir. Obtenido de https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/382/875

Valdiviezo, T. F. (2025). Impacto de la inteligencia artificial en la comunicación visual y producción de contenidos digitales. Obtenido de https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/382

Vilema Chito María, I. (2021). Gestion de la comunicacion institucional. Obtenido de http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/13412/1/Vilema%20Chito%2c%20M%282024%29%20La%20Gesti%c3%b3n%20de%20la%20Comunicaci%c3%b3n%20Institucional%20en%20la%20Gobernaci%c3%b3n%20de%20Chimborazo%2c%20periodo%20enero%20%e2%80%93%20junio%202021.%20%28Tesis

Yaguana, H. (2022). Inteligencia artificial en la narrativa sonora. Loja. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8527874

9. ANEXOS

9.1 CRONOGRAMA (GANTT)

CRONOGRAMA DE REALIZACIÓN FOCUS GROUP						
Fase/Tarea	Semana 1	Semana 2	Semana3	Semana4	Responsable	Observaciones
PLANIFICACIÓN						
Definir objetivo del focus.					Cynthia Morejón	IA para mejorar la eficiencia en el Gad.
Elaborar guía de preguntas.					Cynthia Morejón	10 preguntas abiertas.
LOGISTICA						
Solicitar permiso GAD Parroquial Santa Fe					Cynthia Morejón	Oficio con un mes de anticipación.
Reservar Salón parroquial casa comunal.					Cynthia Morejón y presidente del Gad.	Verificación de Luz, silla y mesas.
Probar Internet					Apoyo presidente del Gad.	Buena señal de internet.
CONVOCATORIA						

Seleccionar participantes.					Equipo	6 mujeres 3 hombres
Invitar y confirmar asistencia por teléfono.					Presidente y Vocales	Llamar 2 días antes
EJECUCIÓN						
Realizar Focus Group 2 horas					Cynthia Morejón	Horario: 14:00pm a 1600pm.
Grabar audio y tomar fotos con permiso.					Cynthia Morejón	Revisar cámara sonido y audio.
CIERRE						
Transcribir y analizar resultados					Cynthia Morejón	Entregar informe en 4 días

9.2 PRESUPUESTO EJECUTADO

PRESUPUESTO FOCUS GROUP			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Total
Cámara Fotográfica	1,00	$ 800,00	$ 800,00
Micrófono	1,00	$ 150,00	$ 150,00
Trípode	1,00	$ 50,00	$ 50,00
Computadora	1,00	$ 900,00	$ 900,00
Capacitación	1,00	$ 300,00	$ 300,00
TOTAL			$ 2.200,00

9.3 INSTRUMENTOS DE RECOPILACIÓN DE DATOS

Santa Fe, 23 de marzo de 2026

Señor
Alex Rocero
Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado
Parroquia Santa Fe

Presente. -

De mis consideraciones:

Me permito indicar que me encuentro cursando la carrera de **Comunicación**, motivo por el cual debo desarrollar mi trabajo de titulación como requisito previo a la obtención de mi título profesional.

Yo, **Cynthia Mariela Morejón Morejón**, estudiante de la carrera de **Comunicación**, me dirijo a usted de la manera más comedida con la finalidad de solicitar su valiosa autorización para desarrollar mi trabajo de titulación (tesis) en la institución que usted dignamente representa.

El tema de investigación propuesto es :

"Influencia de la inteligencia artificial en la gestión de la comunicación institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Santa Fe durante el periodo de marzo a junio de 2026."

El objetivo de este estudio es analizar como la Inteligencia Artificial influye en la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe.

Por lo expuesto, solicito muy respetuosamente se me conceda el permiso correspondiente para realizar la recolección de información necesaria dentro de la institución, comprometiéndome a utilizar los datos obtenidos únicamente con fines académicos y bajo principios de confidencialidad y ética profesional.

Agradezco de antemano su atención y apertura a la presente solicitud.

Atentamente,

Cynthia Mariela Morejón Morejón

0983689609

Recibido
02/04/2026
02:43 pm

9.4 CUESTIONARIO FOCUS GROUP

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA: COMUNICACIÓN

Nombre del Proyecto: Inteligencia artificial para la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe, periodo marzo-junio 2026	**No. de participantes:** 10	**Lugar:** Salón del GAD Parroquial Santa Fe
Fecha: 6 de mayo del 2026	**Hora:** 10:00 am	
OBJETIVO: Analizar cómo la Inteligencia Artificial influye en la gestión de la comunicación institucional del GAD Parroquial Santa Fe.		

CUESTIONARIO PARA LA APLICACIÓN DEL FOCUS GROUP

1.	¿Cuáles son las habilidades que usted tiene sobre la inteligencia artificial?
2.	¿Para qué podria servir la IA en el GAD?
3.	¿Antes de publicar una información sobre el GAD, se asegura que esté alineada con la gestión de la institución?
4.	¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer políticas, programas o eventos en el sector?
5.	¿Qué conoce sobre el manejo de la confidencialidad y la información sensible en internet y redes sociales?
6.	¿Considera importante aprender a elaborar audio, imagen y video con IA para ayudar a difundir lo que hace el GAD?
7.	¿Qué sabe sobre inteligencia artificial ?
8.	¿Es posible que el GAD pueda publicitar sus atractivos turísticos y las actividades de desarrollo social? ¿Cuáles?
9.	¿Por qué es importante la gestión de la comunicación dentro del GAD?
10.	¿Cómo el desarrollo sostenible integral de su territorio busca alcanzar el buen vivir de sus habitantes?

Nota: Para tener un respaldo del trabajo se grabará audio y video.

Alex Rocero
PRESIDENTE

Cynthia Morejón
ESTUDIANTE

9.5 FICHA DE REGISTRO

Datos personales

Nombre completo:
Fecha de nacimiento: / /
Edad:
Sexo: Masculino ☐ Femenino ☐
Documento de identidad:
Teléfono:
Correo electrónico:

Dirección

Dirección:
Ciudad:
Estado/Provincia:

Información adicional

Ocupación:
Empresa/Institución:
Estado civil:

Contacto en casos de emergencia

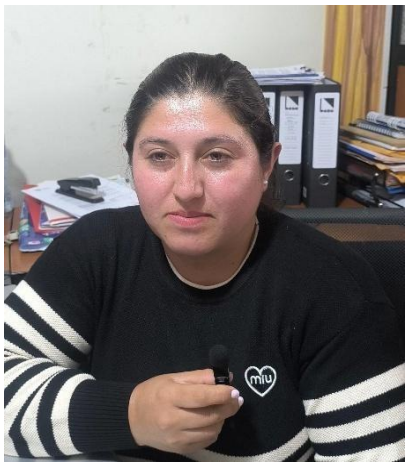
Coloque su nombre:
La relación que tiene:
El Teléfono de contacto:

Observaciones

Firma:…….
Fecha: / /

9.6 FOTOGRAFÍAS DE LOS MIEMBROS DEL GAD SANTA FE

















9.7 GRABACIÓN AUDIOVISUAL

https://drive.google.com/drive/folders/1D0JvxlPtrG6_L9XZbsRc7Ud3xGhLV6od?usp=sharing

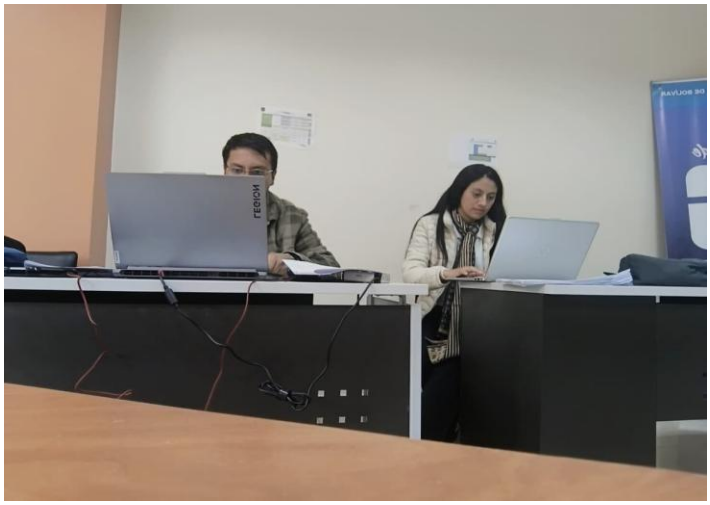
9.9 TUTORÍAS









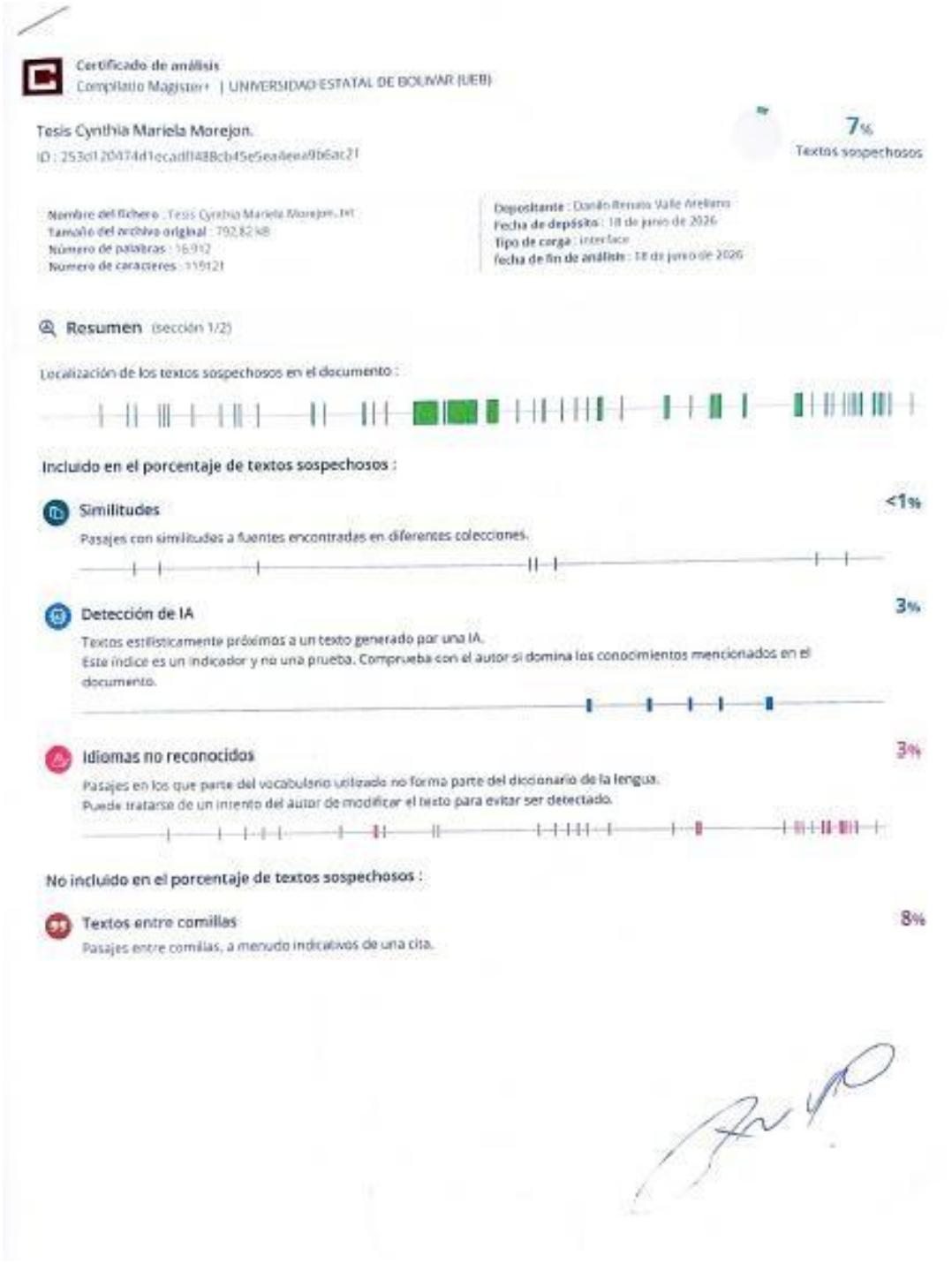


9.10 TUTORÍAS CON PARES ACADÉMICOS.





9.11 CERTIFICADO DE ANÁLISIS



Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR (UEB)

Tesis Cynthia Mariela Morejon.
ID : 253d120474d1ecadf148bcb45e5ea4eea9b6ac21

7%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : Tesis Cynthia Mariela Morejon..txt
Tamaño del archivo original : 792.82 kB
Número de palabras : 16.912
Número de caracteres : 119121

Depositante : Danilo Renato Valle Arellano
Fecha de depósito : 18 de junio de 2026
Tipo de carga : interface
Fecha de fin de análisis : 18 de junio de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :

Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Similitudes <1%
Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.

Detección de IA 3%
Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.
Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.

Idiomas no reconocidos 3%
Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.

No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Textos entre comillas 8%
Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.