



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Análisis de las estrategias comunicacionales del GADM Penipe en tiempo de  
pandemia en el periodo de enero a junio de 2022

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Licenciada en  
Comunicación

**Autor:**

Jara Suica, Leidy Mishel

**Tutor:**

Ph.D. Galo Xavier Vásconez Merino

Riobamba, Ecuador. 2023

## **DERECHOS DE AUTOR**

Yo, **Leidy Mishel Jara Suica**, con cédula de identidad número **0606107449** soy responsable de todas las ideas, pensamientos, doctrinas, resultados y propuestas presentadas en este proyecto de investigación cuyo tema se denomina: **“ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DEL GAD PENIPE EN TIEMPO DE PANDEMIA EN EL PERIODO DE ENERO A JUNIO DE 2022”** por tal motivo y en calidad de autora concedo a la Universidad Nacional de Chimborazo hacer uso de los contenidos siempre y cuando sean para fines académicos.



Leidy Mishel Jara Suica  
**0606107449**

## **INFORME DEL TUTOR**

Yo, **Galo Xavier Vásconez Merino** en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación titulado: **“ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DEL GAD PENIPE EN TIEMPO DE PANDEMIA EN EL PERIODO DE ENERO A JUNIO DE 2022”**; luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por la señorita Leidy Mishel Jara Suica, tengo a bien informar que el trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido en la defensa pública y evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, 20 de octubre de 2023

Atentamente,



Ph.D. Galo Vásconez  
**TUTOR**

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

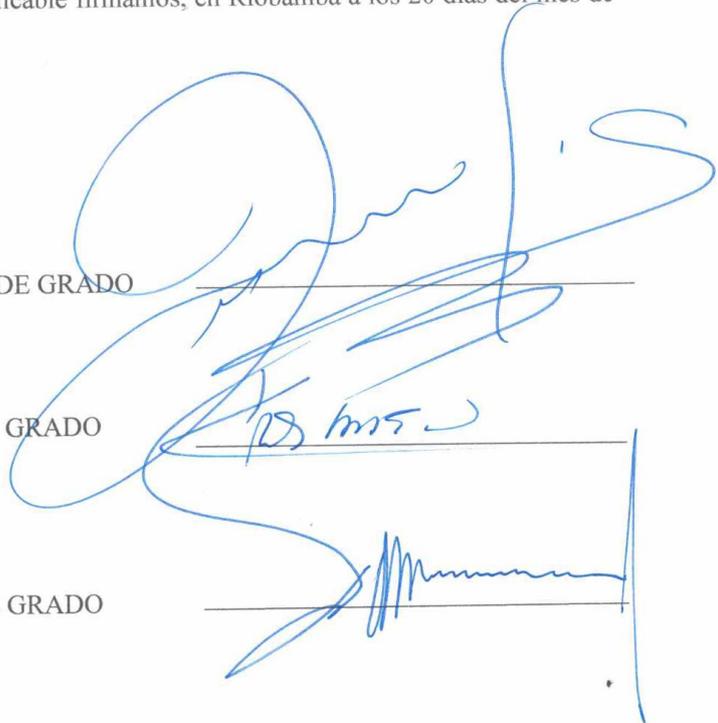
Quienes suscribimos, catedráticos que han sido designados como Miembros del Tribunal de grado para evaluación del trabajo investigativo denominado **Análisis de las estrategias comunicacionales del GADM Penipe en tiempo de pandemia en el periodo de enero a junio de 2022**, realizado por la estudiante Leidy Mishel Jara Suica, con cédula de identidad 0606107449, bajo la tutoría de Ph.D. Galo Xavier Vásquez Merino; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado en trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 20 días del mes de octubre de 2023.

MSc. Ramiro Ruales  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

MBA. Carlos Larrea  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

Mgs. Paul Parra  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



The image shows three handwritten signatures in blue ink, each placed over a horizontal line. The top signature is large and stylized. The middle signature is smaller and includes the text 'CD Larrea' written in blue ink. The bottom signature is also smaller and appears to be a cursive name.

# CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección  
Académica  
VICERRECTORADO ACADÉMICO

*en movimiento*



SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD  
UNACH-RGF-01-04-08.15  
VERSIÓN 01: 06-09-2021

## CERTIFICACIÓN

Que, **JARA SUICA, LEIDY MISHEL** con CC: **0606107449**, estudiante de la Carrera de **Comunicación**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DEL GAD PENIPE EN TIEMPO DE PANDEMIA EN EL PERIODO DE ENERO A JUNIO DE 2022**", cumple con el 1%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 13 de octubre de 2023



firmado electrónicamente por:  
GALO XAVIER  
VASCONEZ MERINO

---

PhD. Galo Vásquez Merino  
**TUTOR**

## **DEDICATORIA**

‘Intente en muchas ocasiones rendirme, pero su amor y fuerza no me dejaron’. Mamá y papá, este logro es para ustedes porque a pesar de mis errores siempre me han apoyado, les dedico cada esfuerzo, cada victoria, cada examen y cada noche que me desvele por conseguir tan anhelado título. Hoy pueden estar orgullosos de su hija porque a pesar de las adversidades logró culminar su carrera universitaria, gracias a su esfuerzo y dedicación.

A ustedes, mis preciados padres, porque me enseñaron el significado de la vida y sé que siempre estarán para su pequeña Leidy.

Los amo infinitamente.

*Leidy Jara ...*

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por cuidarme y protegerme en cada paso que he dado. Gracias a su sabiduría y entendimiento puedo culminar esta etapa importante para mí, sin su guía espiritual yo no lo hubiera conseguido. De igual manera, agradezco infinitamente a mis padres: Alcides Jara y Elvia Suica, quienes han sido el pilar fundamental y mi apoyo constante en mi trayecto educativo. ¡Gracias papi! ¡Gracias Mami! por los consejos, la paciencia y el amor infinito hacia su hija.

A mi prestigiosa y querida Universidad Nacional de Chimborazo, por abrirme las puertas y darme la oportunidad de ocupar uno de los cuantos asientos en las aulas de la carrera de Comunicación, en donde tuve la dicha de formarme profesionalmente bajo la tutela de excelentes maestros y maestras, y por supuesto, quiero agradecer también a mi tutor de tesis, el Msc. Galo Vásconez, por su tiempo, esfuerzo y dedicación en mi proceso de titulación, sin su ayuda y guía no lo hubiera conseguido.

Extiendo también mi agradecimiento al Dr. Lenin Gavilánez, al Msc. Vinicio Bastidas y a mi gran amiga Kasandra Maza, quienes fueron las personas que me ayudaron a desarrollarme en el ámbito profesional permitiéndome así ganar experiencia y abrirme las puertas hacia el mundo laboral.

En realidad, me gustaría agradecer a muchas personas y mencionarlas en estas líneas, por el apoyo, los consejos, y su amistad en los momentos que más necesitaba, sin embargo, quiero que cuando lean este párrafo, sean ellos quienes se identifiquen.

*Leidy Jara ...*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DERECHOS DE AUTOR	
INFORME DEL TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPITULO I.....	15
1. Marco Referencial.....	15
1.1 Planteamiento del problema.....	15
1.2 Formulación del Problema.....	15
1.3 Justificación.....	15
1.4 Objetivos.....	16
1.4.1 Objetivo General.....	16
1.4.2 Objetivos Específicos.....	16
CAPÍTULO II.....	17
2. Marco Teórico.....	17
2.1 Estado del Arte.....	17
2.2 Fundamentación Teórica.....	18
2.2.1 Comunicación.....	18
2.2.2 El proceso de comunicación.....	19
2.2.3 Teorías de la comunicación.....	21
2.2.4 Covid-19.....	22
2.2.5 Afectación del Covid-19 en la sociedad penipeña.....	22
2.2.6 Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Penipe.....	23
2.3 Variables.....	23
2.3.1. Variable Independiente:.....	23
2.3.2. Variable Dependiente:.....	23
2.4 Operacionalización de las Variables.....	23
CAPÍTULO III.....	24
3. Metodología.....	24
3.1 Método de investigación.....	24
3.1.1 Método Inductivo:.....	24
3.2 Tipo de investigación.....	24
1.1.1. Método Analítico:.....	24
3.2.1 Según su finalidad.....	24
3.2.2 Según su alcance temporal.....	24
3.2.3 Según su profundidad.....	24
3.2.4 Según su amplitud.....	24

3.2.5	Según el carácter .....	25
3.2.6	Según las fuentes.....	25
3.3	Diseño de la investigación.....	25
3.4	Población y Muestra.....	25
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	25
3.5.1	Técnicas.....	25
3.5.2	Instrumentos .....	26
CAPÍTULO IV .....		27
4.	Resultados y Discusión .....	27
4.1	Resultados .....	27
4.2	Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas al público externo sobre las estrategias establecidas en tiempo de pandemia en el periodo de enero a junio 2022. ....	27
4.2.1	Datos Generales.....	27
4.2.2	Cuestionario .....	28
4.3	Análisis e interpretación de las entrevistas realizadas al público interno del GADM Penipe.38	
4.3.1	Determinación de estrategias comunicacionales utilizadas por el GADM Penipe en tiempo de Pandemia periodo enero a junio 2022 en base a las entrevistas realizadas. ....	44
4.4	Discusión de Resultados.....	45
CAPÍTULO V .....		48
5.1.	Conclusiones.....	48
5.2.	Recomendaciones.....	49
CAPÍTULO VI.....		50
6.1.	Propuesta: Elaboración de un artículo científico.....	50
	Uso de las redes sociales como estrategias comunicacionales para la correcta distribución de información sobre el Covid-19 en el GADM Penipe. ....	50

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operalización de las Variables.....	23
<b>Tabla 2:</b> Medio de comunicación de preferencia.....	28
<b>Tabla 3:</b> Horario del consumo de la información .....	29
<b>Tabla 4:</b> Información proporcionada .....	30
<b>Tabla 5:</b> Formatos utilizados en fotos y videos .....	31
<b>Tabla 6:</b> Usos de los medios de difusión en el GADM Penipe .....	32
<b>Tabla 7:</b> Efectividad de estrategias utilizadas para la promoción de la inmunización en Penipe. ....	33
<b>Tabla 8:</b> Observación de publicidad en las instalaciones físicas del Municipio. ....	34
<b>Tabla 9:</b> Beneficios por parte del GADM Penipe. ....	35
<b>Tabla 10:</b> Eficacia del perifoneo como alternativa comunicacional. ....	36
<b>Tabla 11:</b> Uso de red social .....	37
<b>Tabla 12</b> Matriz de entrevistas a expertos del Gad de Penipe .....	38
<b>Tabla 13</b> Matriz de identificación de estrategias por los entrevistados.....	44

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Edad .....	27
<b>Gráfico 2.</b> Qué medios utiliza para informarse de las acciones ejecutadas en el GADM Penipe. .	28
<b>Gráfico 3.</b> Qué horario dedica para consumir información.....	29
<b>Gráfico 4.</b> ¿Cómo califica la información proporcionada por el GADM Penipe? .....	30
<b>Gráfico 5:</b> ¿Cómo califica usted los formatos utilizados en fotos y videos publicados en la página del GADM Penipe? .....	31
<b>Gráfico 6</b> ¿Considera usted adecuado los medios de difusión que se utiliza en la institución? .....	32
<b>Gráfico 7</b> ¿Resultó efectiva las estrategias comunicacionales aplicadas por la institución para promocionar la inmunización de la población penipeña? .....	33
<b>Gráfico 8</b> ¿En la instalación física del Municipio observó usted publicidad referente a la prevención y vacunación del COVID-19? .....	34
<b>Gráfico 9</b> ¿Usted recibió algún beneficio por parte del GAD Municipal Penipe en base a vacunas para la prevención? .....	35
<b>Gráfico 10</b> ¿Considera usted eficaz el perifoneo como alternativa comunicacional? .....	36
<b>Gráfico 11</b> ¿Qué red social posee usted o utiliza con más frecuencia? .....	37
<b>Gráfico 1:</b> Resultados obtenidos en base a la efectividad de las estrategias comunicacionales aplicadas por la Municipalidad de Penipe para promocionar la inmunización. ....	57
<b>Gráfico 2:</b> Resultados obtenidos en base a los medios que utilizaron las personas para informarse sobre las acciones ejecutadas por el GADM Penipe. ....	57
<b>Gráfico 3:</b> Resultados obtenidos sobre la eficacia del perifoneo como alternativa comunicacional .....	58
<b>Gráfico 4:</b> Resultados obtenidos en base a la identificación de la red social más utilizada por las personas en Penipe. ....	58

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación, tiene como objetivo principal analizar todas las estrategias comunicacionales utilizadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Penipe en tiempos de pandemia, en el periodo de enero a junio de 2022. Resulta menester señalar que esta investigación es de tipo cuali-cuantitativa, ya que permite a los lectores observar, identificar y fundamentar los resultados obtenidos en el desarrollo de la misma. La investigación se sustenta bajo el criterio de varios autores interpretados en el marco teórico, abordando temas cuyo conocimiento se relacionan a la comunicación periodística y el interés principal sobre la elaboración de estrategias comunicacionales que el GADM Penipe utilizó para afrontar la crisis de la corona virus en el periodo ya mencionado.

Para el desarrollo de esta investigación, se partió de la aplicación de encuestas al público externo, cuya muestra fue de 365 de un total de 7155 habitantes; también se desarrollaron dos matrices de análisis, en donde se establecieron las entrevistas y la identificación de las estrategias utilizadas por el Municipio de Penipe en este momento. Al ser una investigación de carácter cualitativa y cuantitativa, el método de investigación aplicado fue el analítico, ya que se identificó el estudio y análisis de la información hacia los habitantes del cantón Penipe sobre el covid-19. Es por esto, que en la parte cualitativa se toma como referente a las entrevistas aplicadas al público interno y en la parte cuantitativa de esta investigación se toma como referencia a las encuestas aplicadas al público externo. Finalmente, con los resultados adquiridos se propone la redacción de un artículo académico donde se aborde el manejo de las estrategias comunicacionales en el GADM de Penipe.

**Palabras Clave:** Estrategias de comunicación; covid-19; GADM Penipe; Redes Sociales.

## ABSTRACT

The main objective of this research project is to analyze all the communication strategies used by the Municipal Autonomous Decentralized Government of *Penipe* Canton in times of pandemic, in the period from January to June 2022. It should be noted that this research is qualitative-quantitative since it allows readers to observe, identify, and substantiate the results obtained in its development. The research is based on the criteria of several authors interpreted in the theoretical framework, addressing topics whose knowledge is related to journalistic communication and the main interest in the development of communication strategies that the GADM *Penipe* used to face the coronavirus crisis in the period mentioned. Surveys were applied to the external public, whose sample was 365 out of 7,155 inhabitants. Two analysis matrices were also developed, where the interviews and the identification of the strategies used by the Municipality of *Penipe* at this time were established. It is a qualitative and quantitative investigation, and the research method applied was analytical since the study and analysis of the information regarding the inhabitants of *Penipe* canton regarding COVID-19 was identified. This is why, in the qualitative part, the interviews applied to the internal public are taken as a reference, while in the quantitative part, the surveys applied to the external public are taken as a reference. Finally, with the results acquired, an academic article is proposed that addresses the management of communication strategies in the GADM of *Penipe*.

**Keywords:** Communication strategies; COVID-19; GADM *Penipe*; Social networks.



Reviewed by:  
Lic. Jenny Freire Rivera  
**ENGLISH PROFESSOR**  
C.C. 0604235036

## INTRODUCCIÓN

Penipe es un cantón perteneciente a la provincia de Chimborazo, misma que se encuentra a 22 km de distancia de la ciudad de Riobamba en Ecuador. Tiene una población moderada, que abarca a 7155 habitantes entre su cabecera cantonal y parroquias: 1 urbana y 6 parroquias rurales (Bayushig, Bilbao, La Candelaria, El Altar, Matus y Puela). El cantón Penipe, pese a ser un cantón pequeño al igual que el resto que conforman la provincia de Chimborazo, se caracteriza una economía basada en la agricultura y el turismo (GADM Penipe, s. f.).

Por esta razón, la presente investigación pretende analizar las estrategias comunicacionales del GADM de Penipe en tiempos de pandemia utilizadas desde enero hasta junio del 2022. El manejo del flujo comunicacional en una de una institución es de gran importancia, teniendo en cuenta a la comunicación interna y externa. Por lo tanto, llevar la información a través de un buen sistema de comunicación permite la fluidez de la misma. Además, brinda la oportunidad a las instituciones de lograr objetivos planteados en el asunto comunicacional.

Si bien es cierto, todos los Gobiernos Autónomos Descentralizados del país llevan un sistema de comunicación único. Sin embargo, en este caso el GADM de Penipe lleva su información de manera transparente basada en un sistema de planificación, misma que es creada, llevada y difundida por una persona encargada. La información emitida por el GAD, parte de una herramienta comunicacional, en este caso un plan de comunicación y marketing, en donde se establecen indicadores de estudio como: antecedentes, análisis FODA, objetivos, misión - visión y estrategias comunicacionales que se aplicarán durante un determinado proceso de administración.

De acuerdo con la Real Academia Española (2020, como se citó en Ríos, Páez y Barbos, 2020) afirma que se entiende por estrategia, al arte de dirigir operaciones militares; arte o traza para dirigir un asunto y como un proceso regulable, o un conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Por otra parte, Fundora *et al.* (2015) referenciando en el libro Análisis del Centro de Estudios de Ciencias Pedagógicas del Instituto Superior Pedagógico “Felix Varela” en el 2003, mencionan que las estrategias de comunicación mantienen: La dirección inteligente, y desde una perspectiva amplia y global, de las acciones encaminadas a resolver los problemas detectados en un determinado segmento de la actividad humana. Se entienden como problemas discrepancias o contradicciones entre el estado actual y el deseado, entre lo que es y debería ser, de acuerdo con determinadas expectativas que dimanen de un proyecto social y/o educativo dado. “Su diseño implica la articulación dialéctica entre los objetivos (metas perseguidas) y la metodología (vías instrumentadas para alcanzarlas)” (Fundora *et al.*, 2015).

Por lo tanto, una estrategia de comunicación es aquella que permitirá emitir metas claras frente al estudio de un determinado problema comunicacional, mismo que es concebido

previamente a un proceso de investigación con la finalidad de determinar dichas metas y objetivos para poder buscar soluciones a cualquier problemática. Este proyecto de investigación, aplicará un análisis a todas las estrategias comunicacionales establecidas en tiempo de COVID -19, en el periodo ya mencionado, en donde desde la transdisciplinariedad facilite a la investigación cumplir con el objeto de estudio de la misma.

Teniendo en cuenta que las autoridades locales han implementado estrategias para frenar el número de casos positivos y sus variantes en el cantón. Según datos obtenidos por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador y el COE Nacional, Penipe fue el primer cantón en la provincia en tener inoculado al 100% su población y estaba entre los nueve a nivel nacional. La noticia fue publicada en los periódicos como El Comercio y Diario Regional Independiente Los Andes.

De esta manera, en el capítulo uno se explica el planteamiento del problema, formulación del problema, objetivos generales y específicos, y la justificación de la investigación en donde se determinará la importancia de la misma.

El capítulo dos enfatiza al marco teórico, en el cual se determinará el aporte de autores en base a la corriente de la investigación y la teoría que se vaya a utilizar, en este caso la corriente antropológica cultural desde la teoría funcionalista de la comunicación. Abarca temas como estrategias de comunicación, instituciones, municipios, comunicación interna y externa, entre otras.

En el capítulo tres, se establece la metodología de la investigación. Identifica los tipos de variables dependientes e independientes de la investigación, también se aplicarán las técnicas e instrumentos de estudio para la recolección de datos.

El capítulo cuarto consiste en un análisis de interpretación de las estrategias comunicacionales y entrevistas realizadas. Mientras que en el capítulo quinto se explicarán las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, en el capítulo sexto se establecerá la propuesta comunicacional derivada de esta investigación.

# CAPITULO I

## 1. Marco Referencial

### 1.1 Planteamiento del problema

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar las estrategias comunicacionales del GADM de Penipe en tiempo de pandemia en el periodo de enero a junio de 2022, teniendo en cuenta que el manejo de estrategias comunicacionales es de gran importancia en las instituciones y empresas, ya que permite a las entidades realizar una gestión eficiente de la información y un mejor desarrollo de las diferentes actividades que ejecute la institución o empresa. Sin embargo, durante la pandemia del covid-19, muchas de las instituciones afrontaron una crisis comunicacional ya que no contaban con una planificación que permitiera seguir con las acciones establecidas, creando de esa manera una disminución en los procesos ya planificados.

Por lo tanto, el problema de la investigación radica en verificar qué estrategias comunicacionales se utilizaron para afrontar esta crisis y así poder informar a través de sus diferentes plataformas digitales, es decir si fueron de gran utilidad y sobre todo si dieron resultado, tomando en cuenta que la institución no contaba con una planificación para afrontar la crisis sanitaria.

Esta investigación será de gran utilidad ya que permitirá a los lectores investigativos descubrir soluciones favorables de cómo utilizar las estrategias comunicacionales en caso de existir una crisis institucional como fue el covid- 19, ya que en la actualidad la comunicación se establece como parte fundamental en el desarrollo y fortalecimiento de una organización o institución, permitiendo de esta manera que los integrantes de dicha entidad puedan interactuar de forma activa y eficiente para un mejor desarrollo de la institución.

Por lo tanto, la investigación es beneficiosa para la ciudadanía ya que facilitará soluciones sobre cómo actuar cuando una institución atraviese una crisis comunicacional, mediante el uso correcto de las estrategias comunicacionales estudiadas desde la teoría.

### 1.2 Formulación del Problema

¿De qué manera se analizaron las estrategias comunicacionales del GADM Penipe en tiempo de pandemia en el periodo de enero a junio de 2022?

### 1.3 Justificación

El covid-19 fue catalogado como una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2. El primer brote estalló en Wuhan, China, en diciembre de 2019. Se conoce que el coronavirus no es más que un grupo de virus que ocasionan enfermedades como el resfriado común y enfermedades graves como la neumonía, síndrome respiratorio agudo grave (SARS) y síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS). Sin embargo, la cepa del covid-19 que habría brotado en China fue nueva y no se conocía previamente en ningún lado. Debido a este acontecimiento, nace el interés por realizar esta investigación, partiendo del

tema “Análisis de las estrategias comunicacionales del GAD Penipe en tiempo de pandemia en el periodo de enero a junio de 2022” misma que parte de un estudio personal debido a importancia coyuntural que se generó por la emergencia sanitaria.

La importancia de realizar un análisis de las estrategias utilizadas por el GADM de Penipe en tiempo de pandemia, recae en la poca información que hay actualmente sobre las crisis comunicacionales ocasionadas por la emergencia sanitaria en los municipios. El proyecto investigativo es relevante para la ciudadanía ya que va a informar minuciosamente si las estrategias aplicadas para afrontar una crisis comunicacional interna o externa en el periodo de enero a junio de 2022 dieron o no resultado y de qué manera el GAD enfrentó esta problemática social emergente.

Por lo tanto, el aporte de esta investigación es de carácter científico y que hace uso de fuentes bibliográficas enfocadas en temas de crisis comunicacionales y emergencia sanitaria a causa del coronavirus. De esta manera, los lectores podrán entender de manera clara y precisa como los Gobiernos Autónomos Descentralizados, en especial el de Penipe afrontó el covid-19 y si las estrategias aplicadas dieron o no resultado en el proceso de información para el cantón.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General.**

- Analizar las estrategias comunicacionales del GADM Penipe en tiempo de pandemia el periodo de enero a junio de 2022

### **1.4.2 Objetivos Específicos.**

- Identificar si las propuestas establecidas como estrategias de comunicación en el GADM Penipe para la prevención del covid-19 fueron ejecutadas correctamente.
- Conocer el impacto que han tenido las estrategias comunicacionales en el GADM Penipe a través de encuestas.
- Redactar un artículo académico, donde se aborde el manejo de las estrategias comunicacionales en el GADM Penipe.

## CAPÍTULO II

### 2. Marco Teórico

#### 2.1 Estado del Arte

Desde la teoría, esta investigación ayudará a descubrir a los lectores dese una visión más amplia todos los conceptos y definiciones relacionados a la comunicación, estrategias, instituciones como los GAD municipales, covid-19 y la afectación de la misma dentro del proceso comunicativo institucional del GADM de Penipe.

Si bien es cierto el covid-19 fue una de las enfermedades que afecto en varios aspectos al Ecuador, entre ellos la salud de las personas, vulnerabilidad económica, política y social. Teniendo en cuenta que el primer contagio en Penipe fue el 13 de abril de 2020, según las noticias publicadas por Diario La Prensa, desde la municipalidad se hizo un llamado a la calma a todos los moradores del cantón, emitiendo mensajes de tranquilidad y recomendando respetar las normas sanitarias. Según información emitida por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2019) se notificó un conglomerado número de casos de neumonía en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei en China y posteriormente se determinó el primer caso de covid-19:

La OMS está colaborando estrechamente con expertos mundiales, gobiernos y asociados, para ampliar rápidamente los conocimientos científicos sobre este nuevo virus, rastrear e identificar su propagación y virulencia de modo que se pueda asesorar a los países y las personas sobre las medidas para proteger la salud y prevenir la propagación del brote (OMS, 2019).

Ante las noticias recibidas sobre los casos de covid-19 en los diferentes países del mundo, el Gobierno Nacional del Ecuador habría seguido todos los protocolos de seguridad correspondientes, tomando algunas medidas de prevención, sin embargo y pese al control que preventivo ejecutado a nivel nacional, el primer caso de coronavirus fue detectado en la ciudad de Guayaquil el 29 de febrero de 2020.

Según la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia (2020) se trataría de una paciente adulta mayor ecuatoriana que llegó desde España el 14 de febrero. Al momento de arribar no presentó ningún síntoma, sin embargo, el 27 de febrero se le realizó las pruebas correspondientes dando positivo a la enfermedad.

Desde la aparición del covid-19 en el Ecuador, el Gobierno tomó varias medidas de prevención con la finalidad de evitar la propagación de la enfermedad a las otras provincias. Los estados de excepción y la prohibición a los ecuatorianos a salir a las calles se establecieron, el país entro en una grave crisis sanitaria, las noticias en los diferentes medios de comunicación eran cada vez peor y la ciudadanía empezó a alarmarse cuando el virus se propago por todo el Ecuador y los hospitales empezaban a llenarse de pacientes infectados.

Es así que, el 13 de abril de 2020 se registró el primer contagio por covid -19 en el cantón Penipe donde las autoridades dieron a conocer a la ciudadanía mantener la calma; sin embargo el 2 de abril de 2021, el medio de comunicación, *La Prensa* dio a conocer que personal del GADM Penipe se habrían contagiado “Varios son los servidores municipales que han contraído Covid-19, por lo que se han tomado las medidas respectivas, conjuntamente con el personal médico del Cebycam-CES” (La Prensa, 2021).

De acuerdo con los informes diarios emitidos por el Ministerio de Salud del Ecuador (2021) la provincia de Chimborazo hasta el 23 de marzo de 2020 contaba con nueve casos confirmados, y el 16 de abril se incrementó a un total de 99 casos confirmados. Según Bolaños et al. (2022) luego de realizar un análisis y revisar el comportamiento inicial de la pandemia mencionan que es necesario realizar el procesamiento de datos con el aprovechamiento de la geografía cuantitativa.

Bolaños *et al.* (2022), señalan que uno de los factores que se debe tener en cuenta cuando se analiza la propagación de un virus es el geográfico o espacial, que condiciona el proceso de difusión espacial de cualquier enfermedad, por lo que se evidencia una fuerte tendencia de concentración espacial de contagios en las áreas urbanas y rurales de mayor densidad poblacional, correspondientes a los cantones de Guano, Penipe, Riobamba, Chambo, Colta, Guamote y Pallatanga.

Por lo tanto, ante la emergencia sanitaria varios de los GAD municipales establecieron algunas medidas de bioseguridad que debían ser cumplidas por la ciudadanía al igual que se ejecutaron varias estrategias de comunicación para que la información emitida sea de total credibilidad.

## **2.2 Fundamentación Teórica**

### **2.2.1 Comunicación.**

La comunicación es un proceso mediante el cual se genera el intercambio de información entre una persona emisora y una receptora, siempre y cuando estas utilicen un código común. Una de las importantes funciones sociales que desarrollan los humanos es el proceso comunicativo, ya que a través de esta las personas tienen muchas posibilidades de compartir con sus semejantes todo tipo de dudas, inquietudes y necesidades. Sin embargo, no podemos decir que la comunicación la practican solo los seres humanos, pues esta condición también se genera entre otros tipos de especies como los animales inclusive la comunicación se puede establecer entre objetos o máquinas a veces de manera directa y otras de manera indirecta.

Por lo tanto, varios autores han definido desde distintos puntos de vista a la comunicación. De acuerdo con Fonseca (2000, como se citó en Cortés, 2014) comunicar es “una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de

ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes” (p. 4).

Por su parte, Chiavenato (2006) menciona que la comunicación es “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social” (p. 110). De acuerdo a las investigaciones realizadas por Lenin Fernando Soto Estévez sobre la comunicación en su tesis el Tratamiento Informativo sobre la crisis migratoria de venezolanos a Ecuador en las noticias publicadas por Diario el Comercio, periodo 2018, menciona que:

Dentro de las necesidades que tuvo el ser humano, fue la de comunicarse de unos a otros y aprender a interactuar de diferentes maneras con los demás, surge como necesidad, la obligación de entregar información a través de un emisor que es la persona encargada de difundir el mensaje a un receptor por medio de un canal con la finalidad de obtener un *feedback* (Soto Estévez, 2022).

Entonces se puede deducir que la comunicación es el acto mediante el cual dos o más individuos establecen contacto, con la finalidad de transmitir una información. De acuerdo con Barrionuevo Ojeda (2023) la comunicación “es una ciencia en construcción” (p. 20) que puede ser estudiada como un proceso o un hecho social, dependiendo del enfoque.

### 2.2.2 El proceso de comunicación.

Dentro de la comunicación intervienen varios elementos que pueden facilitar o dificultar el proceso comunicacional., por lo tanto, dicho proceso comunicativo no es más que la transmisión efectiva de un mensaje a través de un canal de comunicación que va desde un emisor hasta un receptor. De esta manera Santos García (2022, como se citó en Soto Estevez, 2022) identifica algunos elementos que pertenecen al proceso de comunicación:

- **Emisor:** Es la persona o personas que emite el mensaje.
- **Receptor:** Es quien recibe el mensaje.
- **Mensaje:** Contenido de la información que se envía.
- **Canal:** Medio por el que se envía el mensaje.
- **Código:** Signos y reglas empleadas para enviar el mensaje.
- **Contexto:** Situación en la que se produce la comunicación.

La comunicación se debe llevar de acuerdo con un determinado circuito en donde deberán intervenir casi siempre los mismos elementos antes establecidos por Santos García, dependiendo el modo en el que se produzca y el tipo de comunicación que se utilice. Es importante mencionar que dentro del proceso de comunicación existen dos tipos, entre ellas están: la comunicación verbal y la no verbal, que según el mismo autor menciona que La comunicación verbal se refiere a las palabras que utilizamos y a las inflexiones de nuestra voz es decir el tono de voz, mientras que, la comunicación no verbal hace referencia a un

gran número de canales, entre los que se podrían citar como los más importantes el contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos y manos o la postura y la distancia corporal (Santos García, 2022).

### **2.2.2.1 Comunicación interna y externa.**

Tal y como lo mencionábamos en párrafos anteriores, la comunicación es aquel proceso de interacción mediante el cual un grupo de personas intercambian la información o en palabras más claras es la correspondencia entre una, dos o más personas mediante el cual se transmite un mensaje a través de un emisor, en las organizaciones e instituciones esta comunicación es trasladada de forma directa hasta convertirse en un elemento transversal en donde deben participar los miembros pertenecientes a la misma. El autor Bermúdez (2018) citando a Jesús García Jiménez (2015), define a la comunicación interna como:

Un recurso gerencial en orden a alcanzar los objetivos corporativos y culturales, organizacionales, funcionales, estratégicos y comportamentales de la empresa. La comunicación interna no es un fin, sino un medio, una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias, que supone el nuevo contrato psicológico que hoy vincula a los hombres con las organizaciones.

La comunicación dentro de las empresas es un pilar fundamental. Pese a ello, sigue siendo una asignatura pendiente en gran parte de las organizaciones. Un ejemplo de ello es, la falta de definición de las funciones y recursos en los departamentos de recursos humanos, así como en todo lo relativo a los aspectos económicos y técnicos, puntos esenciales para tener en cuenta para poder llevarla de forma satisfactoria.

Por otra parte, la comunicación externa es aquella que red de información que se establece entre la organización y el público meta, en este proceso las organizaciones o instituciones en este caso deberán crear estrategias comunicacionales para poder llegar a su público objetivo y al igual que en la comunicación interna se deberá elegir un medio de comunicación dependiendo el mensaje que se vaya a transmitir. Esteban *et al.* (2008) define a la comunicación externa como la transmisión de información fuera de la empresa, destinada a los públicos externos de la organización es decir de los consumidores, distribuidores, prescriptores, prensa, grupos de interés, entre otros.

### **2.2.2.2 Estrategias de Comunicación**

La implementación de una estrategia de comunicación es de gran importancia en cualquier programa social, pues una estrategia de comunicación no es más que una herramienta comunicativa, misma que permite alcanzar un determinado fin, es decir son aquellos instrumentos, recursos o medios que faciliten un buen desarrollo del proceso comunicativo.

En palabras de Quinn (como se citó en Garrido, 2004) la estrategia de comunicación se define como un plan o pauta que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente.

### **2.2.3 Teorías de la comunicación**

El abordaje de esta investigación se realizó mediante la aplicación de la teoría funcionalista, por lo que se ha obtenido la información necesaria con respecto a la misma, para atender de mejor manera las diferentes vías de comunicación. Las teorías de la comunicación ayudan a identificar mediante las corrientes filosóficas todos los conceptos que ayuden a entender la investigación.

#### **2.2.3.1 Teoría Funcionalista**

De acuerdo con las investigaciones realizadas, se conoce que la teoría funcionalista, nació a principios del siglo XX en donde los medios de comunicación como consecuencia han buscado la forma de crear efectos en quienes reciben el mensaje, de modo que las personas que reciben, es decir las receptoras presenten de manera directa cuáles son sus necesidades y requerimientos.

De acuerdo con Soto Estévez (2022) los receptores, tienden a explicar las funciones desarrolladas por el sistema de comunicación de masas y presta especial atención a las consecuencias objetivamente demostrables de la acción de los medios sobre la sociedad en su conjunto o sobre sus subtemas.

En este sentido, se puede decir que la teoría funcionalista está enfocada en el estudio de los medios masivos de la comunicación mismos que toman como base a sus principales autores quienes destacan ciertos elementos que ayudan a comprender de mejor manera aquellos medios masivos que van relacionados con la sociedad ya sea que tengan un punto de vista individual o global. Una de las principales funciones que caracteriza al funcionalismo de acuerdo con las investigaciones realizadas en los libros de varios teóricos, es que para encontrar constantes a la sociedad y poder crear un conjunto de leyes generales que le den una teoría científica o un conjunto interrelacionado de leyes.

De esta manera, la corriente funcionalista de la comunicación en esta investigación nos servirá como base para el estudio de los diferentes medios de comunicación y su relación que tienen con la sociedad en este caso comprender como la información emitida por el GAD de Penipe influyen en la sociedad.

Los funcionalistas Spencer y Durkheim citados en Hernández (2001), consideraban que la sociedad era un todo orgánico en el que los diferentes subsistemas o prácticas tienen la función de manejar la entidad mayor en la que están inmersos. Este concepto de sociedad como entidad orgánica se convirtió en un rasgo crucial del argumento funcionalista en el siglo XX. Así mismo, las teorías funcionalistas del siglo XX reconstruyen la historia a partir de la intensificación de la complejidad, la compartimentación y diferenciación entre sistemas. Antecesores del movimiento funcionalista introdujeron el concepto de necesidades sociales. Para que los sistemas sociales estén sanos o al menos, para que sobrevivan, hay que satisfacer ciertas necesidades.

#### **2.2.4 Covid-19**

De acuerdo con un artículo publicado por las Naciones Unidas, el covid-19 es identificada como una enfermedad infecciosa causada por el coronavirus misma que fue descubierta hace algún tiempo atrás, tanto el nuevo virus como la enfermedad eran patologías infecciosas desconocidas, pues el brote tuvo origen en una de las ciudades de China (Wuhan) en diciembre del año 2019 (Naciones Unidas, 2019).

La pandemia fue una de las afectaciones que mayores problemas trajo a la humanidad, desde la pérdida y caída económica en varios sectores del país y del mundo hasta la pérdida de vidas humanas, es de gran importancia reconocer que el covid-19 generó grandes cambios en la sociedad ecuatoriana, pues esta enfermedad según los doctores Esteban Ortiz Prado y Raúl Fernández Naranjo,

La pandemia del COVID-19 ha golpeado fuertemente al Ecuador, no solo en lo sanitario, sino en lo social, lo económico y lo político. Las estadísticas oficiales (que distan mucho de la realidad) han expuesto, a través de las autoridades de gobierno, que más de 85.000 personas se han infectado a nivel nacional matando a más de 9.000 residentes de nuestro país. Los entendidos sobre este tema, los familiares de los fallecidos y los propios afectados saben que este número dista mucho de la realidad. (Ortiz y Fernández, 2020).

#### **2.2.5 Afectación del Covid-19 en la sociedad penipeña.**

El lunes 13 de abril del año 2020, medios de comunicación reconocidos en la ciudad de Riobamba, publicaron información acerca del primer caso de coronavirus en el cantón Penipe, poniendo en alerta a la ciudadanía penipeña. En una publicación que circula por la *fanpage* oficial de Diario La Prensa se evidenció el siguiente comunicado “Se reporta el #primer caso de #Covid-19 en el cantón #Penipe. Desde la #Municipalidad se ha hecho un llamado a la calma y a seguir las #normas sanitarias recomendadas” (La Prensa Chimborazo, 2020).

Varios fueron los medios de comunicación que informaron sobre la epidemia y su alcance epidemiológico en el sector, sin embargo, de acuerdo con la información obtenida por moradores habitantes en el sector, este virus habría cobrado la vida de algunas personas en el lugar en especial la vida de personas de la tercera edad. El periodista José Valle, en una publicación redactada para Diario Los Andes de Riobamba, menciona sobre el trabajo que las autoridades locales, desde la municipalidad realizaron para evitar el contagio de la enfermedad en Penipe,

No hay mejor vacuna para el coronavirus que la responsabilidad de la ciudadanía que se lave las manos de manera frecuente, que utilicen la mascarilla cuando salgan de las casas o tomen contacto con otras personas, señaló la alcaldesa. Estamos trabajando de manera articulada, con fe en Dios, con el apoyo y profesionalismo de quienes brindan atención para evitar más decesos, hay el apoyo de las instituciones como: la Gobernación, los Ministerios de Salud, Mies, también la Secretaría de Riesgos. (Valle, 2020, como se citó en Diario Los Andes, 2020).

## 2.2.6 Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Penipe.

El GAD de Penipe es una institución descentralizada que goza de una autonomía política, administrativa y financiera que a su vez está regida a los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y sobre todo la participación ciudadana. De acuerdo con la página de los Gobiernos Autónomos Descentralizados del Ecuador, los gobiernos autónomos descentralizados (GAD), son aquellas instituciones que conforman la organización territorial del estado ecuatoriano y están regulados por la Constitución de la República del Ecuador según los artículos 238 y 241 y el código orgánico territorial, autonomías y descentralización (COOTAD, s.f.).

## 2.3 Variables

2.3.1. **Variable Independiente:** Estrategias de comunicación

2.3.2. **Variable Dependiente:** GAD Penipe

## 2.4 Operacionalización de las Variables

**Tabla 1** Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<b>Variable independiente causa</b>  <b>Estrategias de Comunicación</b>	Comunicación estratégica es un enfoque de la comunicación social que se propone como una nueva teoría de la comunicación que plantea abordar a la comunicación como fenómeno histórico, complejo, situacional y fluido (Massoni, 2007).	Comunicación para el desarrollo  Estudio descriptivo	Cantón  Redes sociales  Contenidos	<b>Técnica:</b> <b>Encuesta</b>  <b>Instrumento:</b> <b>Cuestionario</b>
<b>Variable dependiente= efecto</b>  <b>GAD Penipe</b>	<b>En 1984 se logra la cantonización de Penipe, cuya jurisdicción política administrativa comprende las parroquias: Penipe, la Matriz, Bayushig, Matus, El Altar y Puella, según el Registro Oficial número 680 de fecha antes mencionada.</b>	<b>Periodismo</b>	<b>Datos documentales</b>  <b>Páginas web</b>	<b>Técnica:</b> <b>Entrevista</b>  <b>Instrumento:</b> <b>Guía de entrevista</b>

## CAPÍTULO III

### 3. Metodología

#### 3.1 Método de investigación

##### 3.1.1 Método Inductivo:

Sabiendo que el método inductivo va desde una observación particular hacia lo general, esta investigación se desarrolló en base a los resultados obtenidos sobre el análisis de las estrategias utilizadas por el GADM de Penipe en tiempos de pandemia de enero a junio de 2022, con la finalidad de llegar a una sola conclusión, en donde con la ayuda de la elaboración del marco teórico se construyó un espacio acogedor y en base a la recolección de datos por medio de las diferentes técnicas e instrumentos saber si la información distribuida en tiempos de pandemia fue eficiente para la ciudadanía.

#### 3.2 Tipo de investigación

**1.1.1. Método Analítico:** El uso de este método, se realizó, porque a través de un estudio y análisis se identificó si la información que recibieron los ciudadanos del cantón Penipe fue adecuada en ese momento.

##### 3.2.1 Según su finalidad

Básica: La investigación realizada, será una investigación pura, cuya finalidad es demostrar que las estrategias analizadas durante la pandemia de enero a junio hayan cumplido con la función de solventar y ayudar a la ciudadanía.

##### 3.2.2 Según su alcance temporal

Sincrónica: La investigación busca identificar un fenómeno en un tiempo determinado en este caso la investigación va de enero a junio del año 2022.

##### 3.2.3 Según su profundidad

Explicativa – Descriptiva: Con este tipo de investigación se busca evaluar las características principales del objeto de la investigación donde se localizarán datos e información precisa que sirvieron para la evaluación, descripción y caracterización de las estrategias planteadas por el GADM de Penipe. Y explicativa porque la investigación busca conocer un fenómeno social y sus causas.

##### 3.2.4 Según su amplitud

Microsociológica: la investigación está enfocada en un determinado público en este caso los habitantes de Penipe y sus comunidades. Este tipo de investigación al enfocarse en un espacio de relevancia se evidenciará a través de una parte de la población para identificar el impacto de la información.

### **3.2.5 Según el carácter**

Esta investigación será de carácter cuali-cuantitativo ya que se utilizará datos estadísticos, mismos que serán obtenidos en base a las encuestas realizadas, mientras que en la parte cualitativa iremos ampliando la interpretación personal mediante las entrevistas a expertos y la sociedad en el cantón Penipe para poder llegar a un análisis general de la información observada y recopilada en el proceso de la investigación.

### **3.2.6 Según las fuentes**

Se utilizarán fuentes primarias y secundarias en base a los datos e información obtenida (registros, revisión bibliográfica).

### **3.3 Diseño de la investigación**

El diseño de esta investigación será no experimental porque no se manipula de manera intencional ninguna variable, al contrario, se observaron todas las características en un contexto real para luego ser analizadas. En base a la variable independiente de esta investigación “Estrategias de comunicación” que ya tuvo su lugar y a la variable dependiente que es el “GAD Penipe” que no se puede modificar ni cambiar, solo se podrá estudiar con la ayuda de un análisis de las estrategias establecidas en el tiempo de enero a junio de 2022.

### **3.4 Población y Muestra**

Según datos del INEC, Penipe cuenta con población de 7155, sin embargo para la presente investigación se trabajó con una muestra de 365 encuestas aplicadas al público externo del cantón, donde se ejecutaron preguntas relacionadas al tema de la investigación. El resultado se obtuvo al analizar el tamaño de la población detallada al inicio de este párrafo y con el 95% de confianza y el 5% el margen de error.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La recolección de la información debe ser realizada a través de un proceso planeado paso a paso, para que de forma coherente se puedan obtener resultados que contribuyan favorablemente al logro de los objetivos propuestos. (Gallardo de Parda y Moreno Garzón, 2014, como se citó en Soto Estévez, 2022, pág. 19).

#### **3.5.1 Técnicas**

##### **3.5.1.1 Encuestas**

De acuerdo con García Ferrando (1993), una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativos de un colectivo más amplio, en este caso hablamos del público externo que llegaría ser la ciudadanía de Penipe que son a quienes se les aplicara esta técnica, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población

La encuesta es considerada como una entrevista por cuestionario. Es decir que se considera el carácter auto administrado de ese método, no se puede compartir dicha

aseveración, toda vez que el diálogo aquí es del encuestado consigo mismo, mediado por el cuestionario del correspondiente instrumento metodológico. Sin embargo, dan de ella una adecuada definición, al considerarla como método de empírica que utiliza un instrumento o formulario impreso o digital, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio, y que los sujetos que aportan la información llenan por sí mismos (Lanuez y Fernández, 2014 como se citó en Feria Ávila *et al.*, 2020)

### **3.5.1.2 Entrevistas**

Estévez *et al.* (2006) argumenta la importancia de la entrevista, de la siguiente manera: “En oportunidades el investigador requiere de datos sobre el objeto de estudio que, a través de la observación, son imposibles de obtener, ya que responden a ideas, sentimientos, opiniones, valores, todos de carácter subjetivo” (p. 268). Por lo tanto esta técnica será aplicada al público interno de la institución, especificando que será un grupo más reducido y los cuales nos faciliten información de relevancia para el desarrollo de la presente investigación.

### **3.5.2 Instrumentos**

Para la investigación de campo se estructuró un total de 11 preguntas, mismas que fueron analizadas y validadas por personas pertenecientes al cantón Penipe y personas expertas que laboraron en el periodo mencionado en el GAD Penipe. Por lo que para la validación de los diferentes instrumentos se tuvo que realizar algunos procedimientos que se encuentran anexados en la parte final de la investigación; entre los instrumentos que se utilizaron están:

- Cuestionario de preguntas
- Guía de entrevistas.

#### **3.5.2.1 Cuestionario**

Hernández *et al.* (2006, como se citó en Ávila *et al.*, 2020) reconocen la posibilidad de emplear en el cuestionario, tanto preguntas cerradas como abiertas. Definen las primeras al igual que Lanuez y Fernández (2014), como contentivas de categorías u opciones de respuestas dicotómicas o múltiples, previamente delimitadas, para ser elegidas por los participantes; y las segundas, como aquellas en que no se delimitan de antemano las alternativas de respuestas.

#### **3.5.2.2 Guía de entrevistas**

Los autores Lanuez y Fernández (2014) constituyen a la guía de entrevistas como el instrumento metodológico que permite la aplicación del método en la práctica. Es frecuente obviar el hecho de que, lo que se aplica en la práctica directamente, no es el método, como abstracción teórica, sino su guía, por su carácter metodológico. De ahí que no se considere correcto identificarla con su método. Sobre esta, los autores consultados presentan diferentes criterios, en cuanto a sus componentes estructurales.

## CAPÍTULO IV

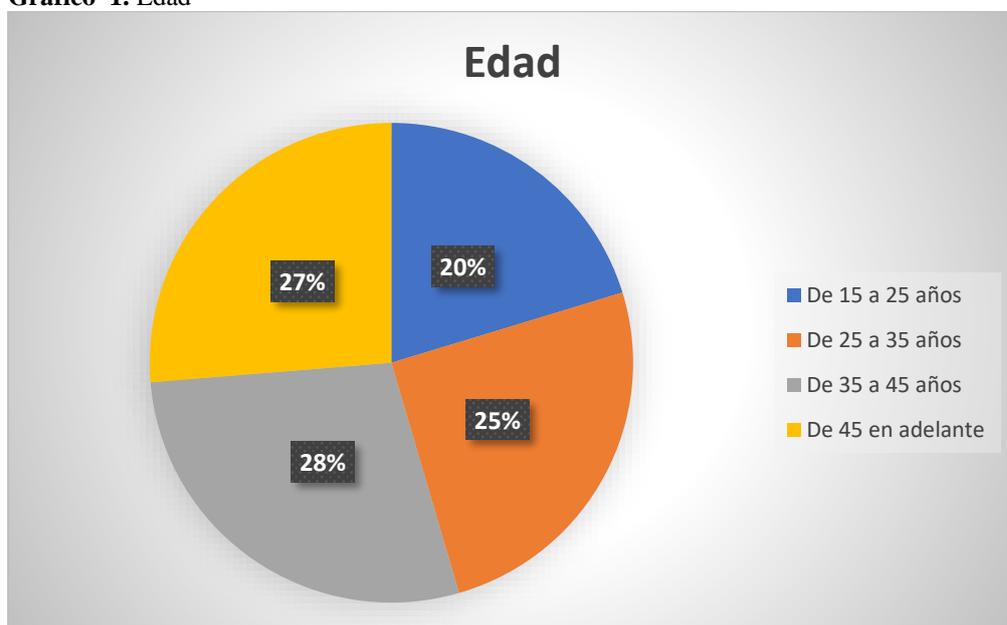
### 4. Resultados y Discusión

#### 4.1 Resultados

#### 4.2 Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas al público externo sobre las estrategias establecidas en tiempo de pandemia en el periodo de enero a junio 2022.

##### 4.2.1 Datos Generales

Gráfico 1. Edad



Nota. Fuente: Público externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

#### Análisis e Interpretación

El resultado que se obtuvo en la encuesta aplicada determinó que 28% pertenecen a personas de 35 y 45 años, el 27% pertenecen a personas de 45 años en adelante, el 25% a personas de 25 a 35 años y el 20% a personas de 15 a 25 años.

Se puede evidenciar con los datos obtenidos de la encuesta, que existe un gran porcentaje de personas cuyo rango de edad van desde los 35 y 45 años.

## 4.2.2 Cuestionario

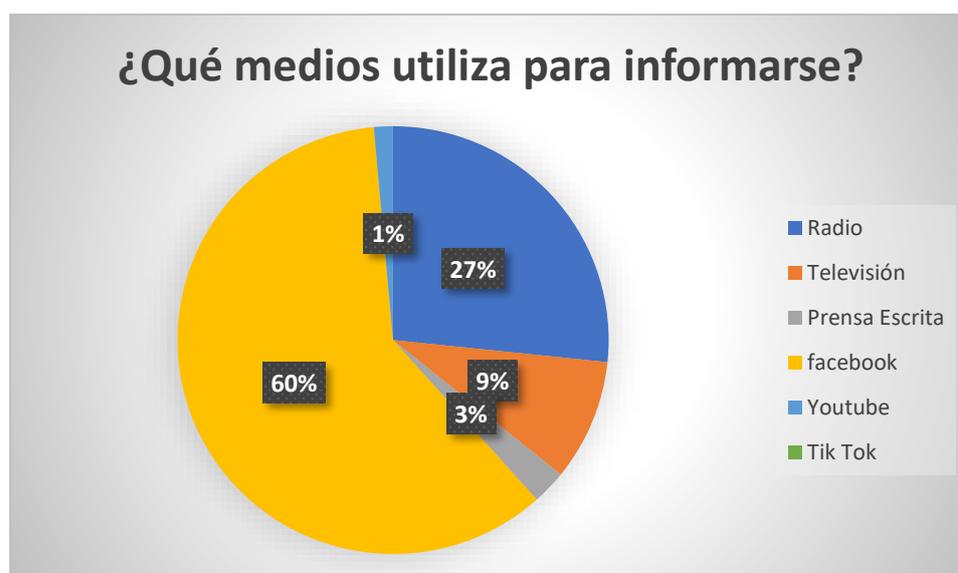
### PREGUNTA 1.- ¿Qué medios utiliza para informarse de las acciones ejecutadas en el GADM Penipe?

Tabla 2. Medio de comunicación de preferencia

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Radio	98	27%
Televisión	33	9%
Prensa Escrita	11	3%
Facebook	219	60%
YouTube	4	1%
Tiktok	0	0%
Suma total	365	100%

Nota. Fuente: Público externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

Gráfico 2. Qué medios utiliza para informarse de las acciones ejecutadas en el GADM Penipe.



Nota. Fuente: Público externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

### Análisis e Interpretación

Se puede observar en el siguiente gráfico sobre los medios que utilizan para informarse las personas, el 60% se inclina a la red social Facebook, el 27% escuchan radio, el 9% utilizan la televisión, el 3% leen la prensa, el 1% de la población usa YouTube y el 0% la plataforma utilizó Tik Tok.

De los resultados obtenidos se puede evidenciar que la mayoría de la población utilizó la red social de Facebook para informarse sobre las acciones ejecutadas en el GADM Penipe, lo que significa que Facebook sigue siendo una de las herramientas de comunicación más utilizadas hasta la actualidad y en especial en épocas de coronavirus.

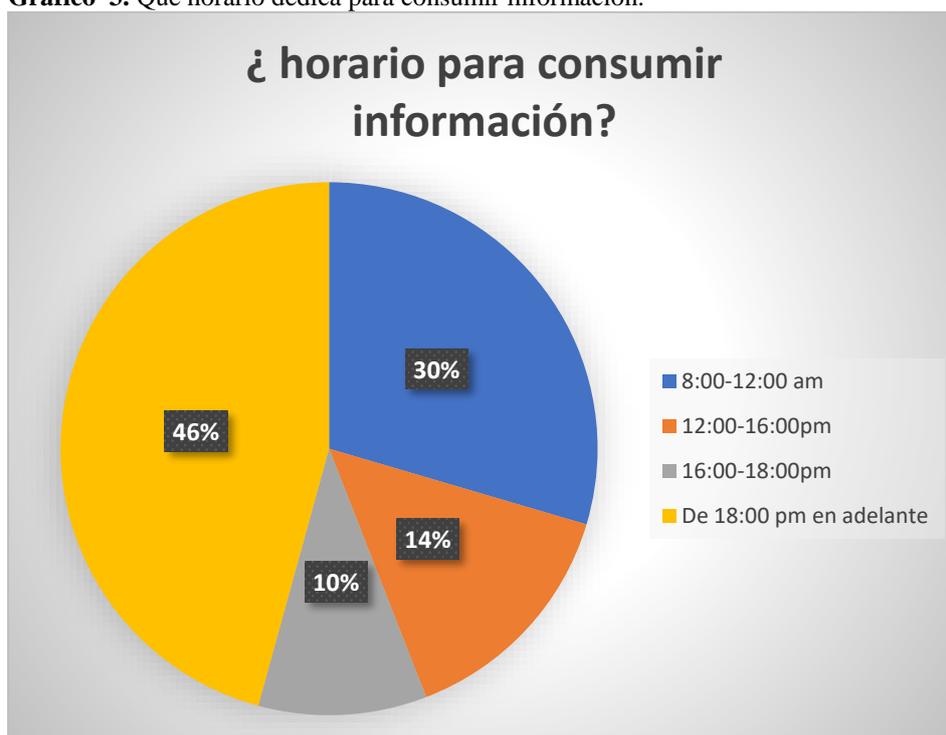
## PREGUNTA 2.- ¿Qué horario dedica para consumir información?

Tabla 3. Horario del consumo de la información

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
8:00-12:00 am	110	30%
12:00-16:00 pm	51	14%
16:00-18:00 pm	36	10%
18:00 en adelante	168	46%
Suma total	365	100%

Nota. Fuente: Púbcico externo Penipe. Elaborado por: Leidy Jara

Gráfico 3. Qué horario dedica para consumir información.



Nota. Fuente: Púbcico externo Penipe. Elaborado por: Leidy Jara

### Análisis e Interpretación

En este punto, se puede observar que el 46% de las personas consumen información en el horario de 18:00 pm en adelante, mientras que el 30% pertenece a las personas que consumen información en el horario de 8:00 a 12:00 am; en las horas de 12:00 a 16:00 pm solo el 14% de la población consume información y en el horario de 16:00 a 18:00 pm solo hay un 10% de personas que dedican al consumo de información.

Entonces se puede decir que de los datos obtenidos el horario más apto en el que las personas consumían la información fue de 18:00 pm en adelante, esto debido a que la mayoría de las personas mencionaban que salen a trabajar en otros quehaceres del hogar y del campo, así mismo se puede deducir que el horario en el que menos se consume la información en Penipe es en el horario de la tarde de 16:00 a 18:00 pm.

### PREGUNTA 3.- ¿Cómo califica la información proporcionada por el GAD Penipe?

Tabla 4. Información proporcionada

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	98	27%
Buena	168	46%
Regular	88	24%
Pésima	11	3%
Suma total	365	100%

Nota. Fuente: Púbcico externo Penipe. Elaborado por: Leidy Jara

Gráfico 4. ¿Cómo califica la información proporcionada por el GADM Penipe?



Nota. Fuente: Púbcico externo Penipe. Elaborado por: Leidy Jara

### Análisis e Interpretación

Se establece en el gráfico que el 46% de la población calificó a la información proporcionada por el GAD como buena, mientras que solo el 27% dijo que la información era excelente, el 24% calificaron como regular y el 3% dijo que es pésima.

Los resultados obtenidos demuestran que la mayoría de la población calificó a la información emitida por el GADM Penipe como buena, especialmente en épocas de pandemia cuando la información se emitía por las diferentes redes sociales, dando a conocer también que toda la información era entendible y de fácil acceso para su respectiva decodificación por parte de los usuarios consumidores de información.

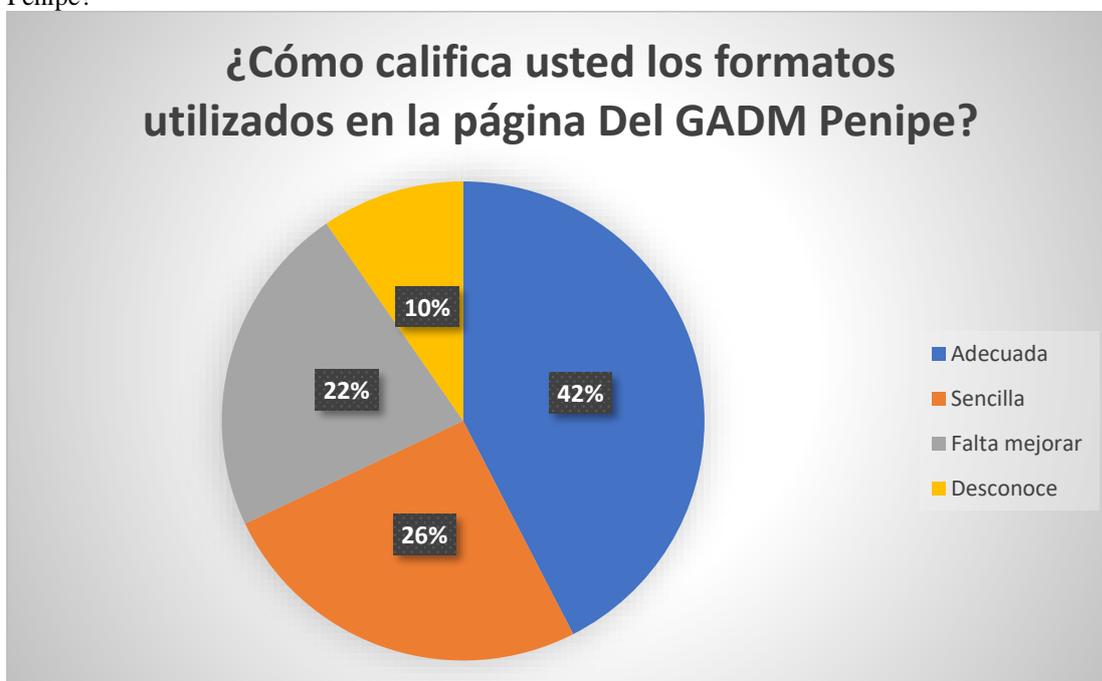
**PREGUNTA 4.- ¿Cómo califica usted los formatos utilizados en fotos y videos publicados en la página del GADM Penipe?**

**Tabla 5.** Formatos utilizados en fotos y videos

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Adecuada</b>	153	42%
<b>Sencilla</b>	95	26%
<b>Falta mejorar</b>	80	22%
<b>Desconoce</b>	37	10%
<b>Suma total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Fuente: Público externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

**Gráfico 5.** ¿Cómo califica usted los formatos utilizados en fotos y videos publicados en la página del GADM Penipe?



**Nota.** Fuente: Público externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

### **Análisis e Interpretación**

De la encuesta realizada el 42% de la población califico como adecuada a los formatos utilizados en fotos y videos publicados en la página del municipio, el 26% dijo que eran sencillos, mientras que el 22% dijo que faltaba mejorar y solo un 10% desconocía de los formatos.

Con los datos exhibidos se puede observar que un gran porcentaje de la población calificó a los formatos utilizados en fotos y videos como adecuados para la distribución del contenido, del GADM Penipe. Teniendo en cuenta que la minoría de la población dijo que no conocen dichos formatos que la institución utiliza.

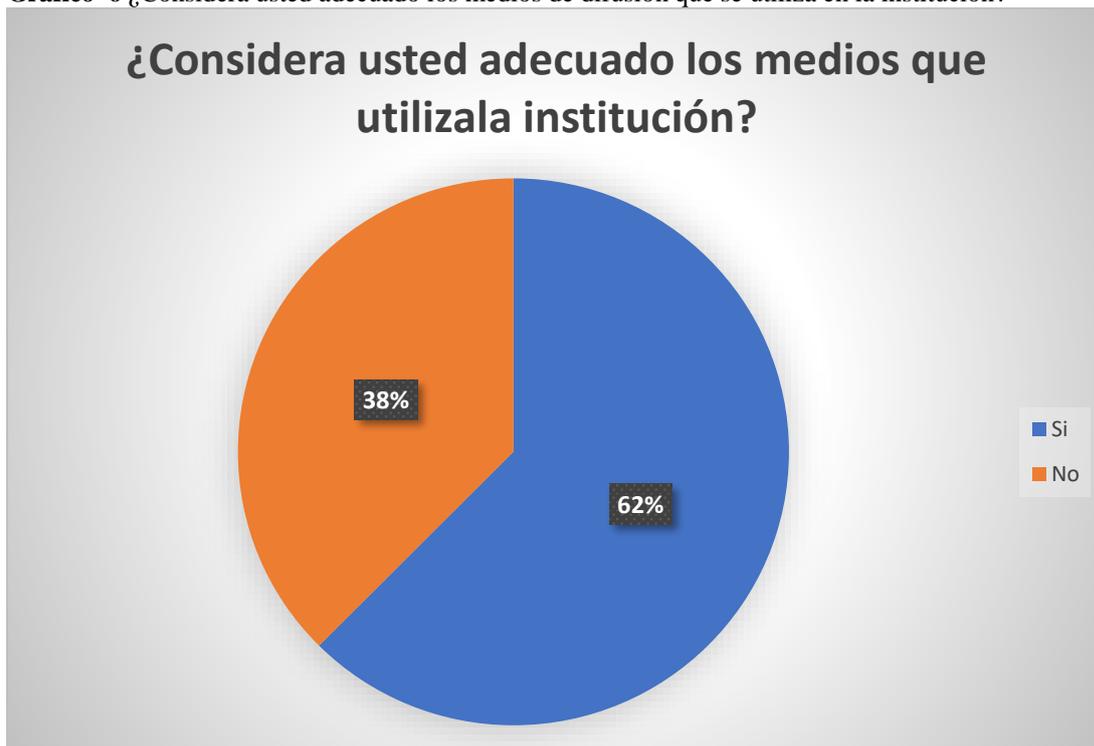
**PREGUNTA 5.- ¿Considera usted adecuado los medios de difusión que utiliza en la institución?**

**Tabla 6. Usos de los medios de difusión en el GADM Penipe**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	226	62%
No	139	38%
Suma total	365	100%

**Nota. Fuente: Púbcico externo Penipe. Elaborado por: Leidy Jara**

**Gráfico 6** ¿Considera usted adecuado los medios de difusión que se utiliza en la institución?



**Nota. Fuente: Púbcico externo Penipe. Elaborado por: Leidy Jara**

**Análisis e Interpretación**

En este punto de la investigación, el 62% de población en la encuesta aplicada dijeron que los medios de difusión utilizados por el Municipio si son adecuados y el 38% dijeron que no.

Con los datos extraídos de la encuesta la mayoría de la población considera adecuados a los medios de difusión que utiliza el GAD Municipal de Penipe.

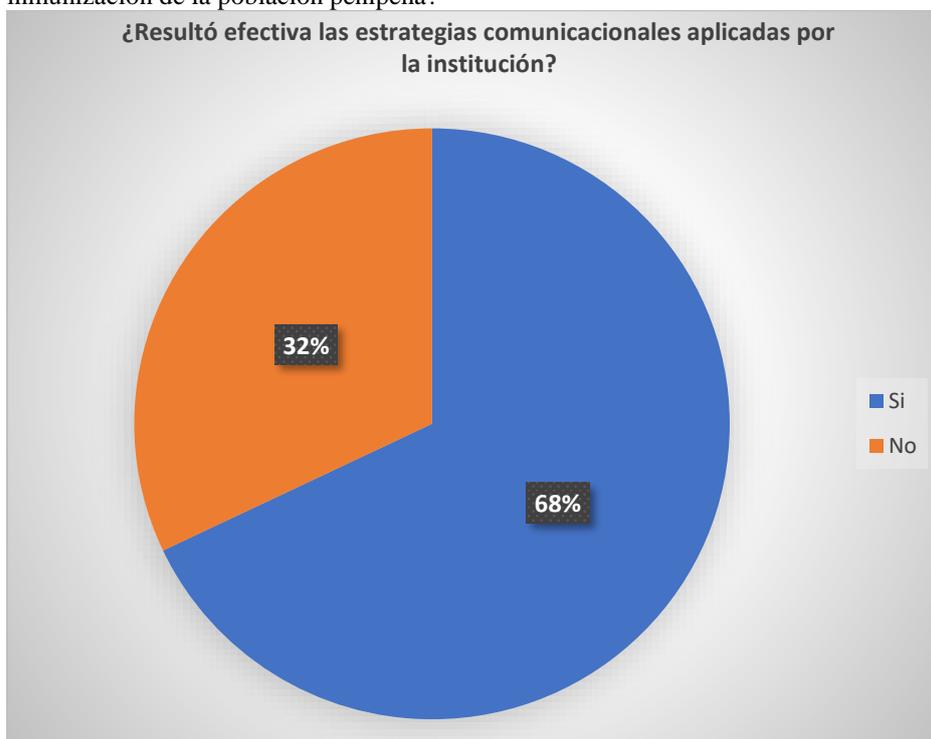
**PREGUNTA 6.- ¿Considera usted que resultó efectiva las estrategias comunicacionales aplicadas por la institución Municipal para promocionar la inmunización de la población penipeña?**

**Tabla 7.** Efectividad de estrategias utilizadas para la promoción de la inmunización en Penipe.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	248	68%
No	117	32%
Suma total	365	100%

**Nota.** Fuente: Púbbico externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

**Gráfico 7** ¿Resultó efectiva las estrategias comunicacionales aplicadas por la institución para promocionar la inmunización de la población penipeña?



**Nota.** Fuente: Púbbico externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

### **Análisis e Interpretación**

El 68% de la población dijeron que las estrategias usadas por el municipio si funcionaron y el 32% dijeron que no funcionaron.

Teniendo en cuenta que fueron varias las estrategias utilizadas por la municipalidad de Penipe, en la presente encuesta los resultados obtenidos arrojaron que la mayoría de la población afirmaron que si, efectivamente todas las estrategias aplicadas desde la municipalidad para la difusión y promoción de la inmunización en Penipe sobre el covid-19, en el periodo 2022 dieron buenos resultados.

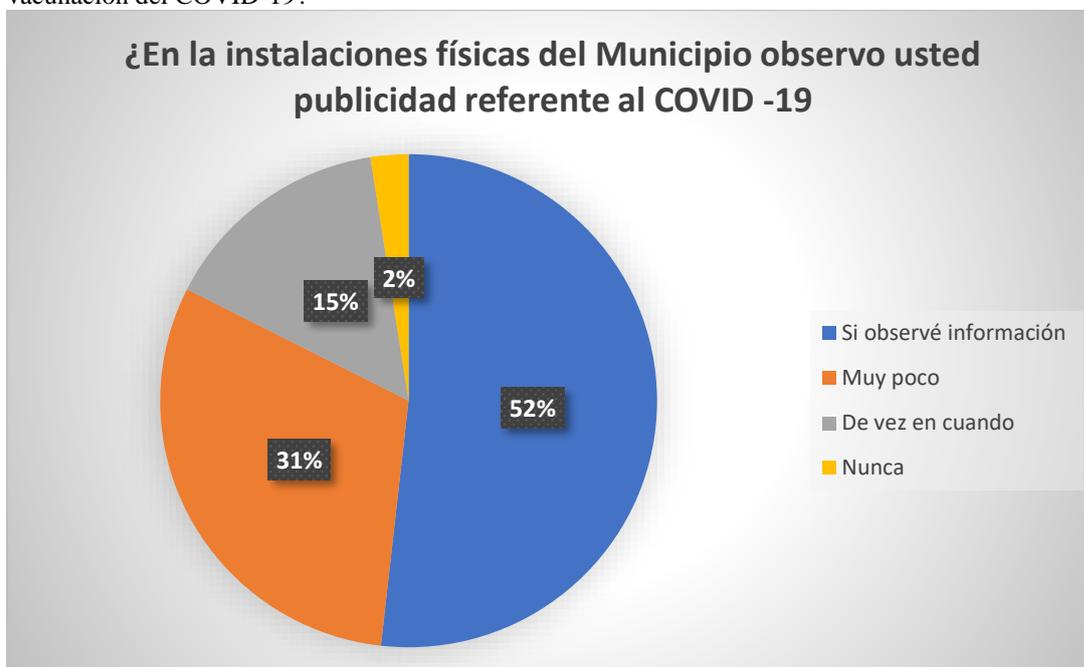
## PREGUNTA 7.- ¿En las instalaciones físicas del Municipio observó usted publicidad referente a la prevención y vacunación del COVID -19

**Tabla 8.** Observación de publicidad en las instalaciones físicas del Municipio.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si Observé información	190	52%
Muy poco	113	31%
De vez en cuando	55	15%
Nunca	7	2%
Suma total	365	100%

**Nota.** Fuente: Púbico externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

**Gráfico 8** ¿En la instalación física del Municipio observó usted publicidad referente a la prevención y vacunación del COVID-19?



**Nota.** Fuente: Púbico externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

### Análisis e Interpretación

De lo datos obtenidos se puede identificar que el 52% de la población dijo que, si observó la información de publicidad, el 31% mencionó que muy poca información, el 15% habrían visto la publicidad de vez en cuando y solo el 2% nunca.

Los datos que arroja la encuesta sobre la observación de publicidad en la infraestructura física del municipio de Penipe, 190 personas que sería el total de la población dijeron la municipalidad habría ocupado el espacio físico para la promoción de publicidad sobre la prevención y vacunación del COVID-19.

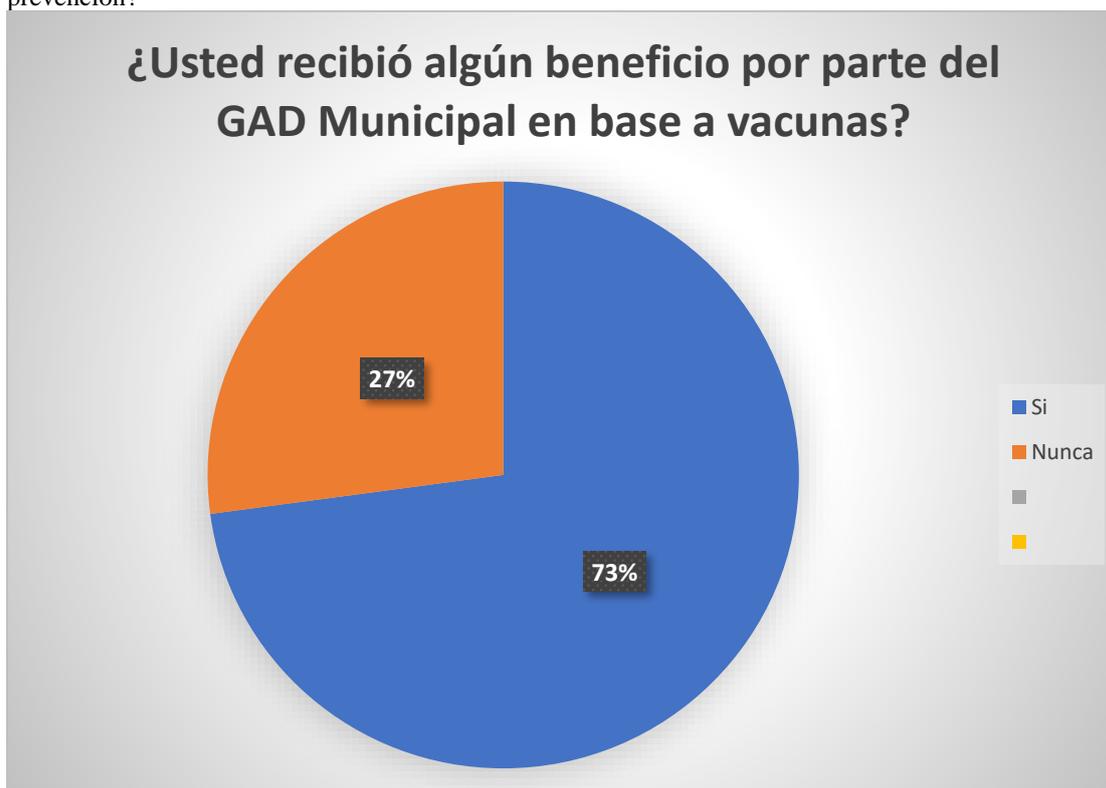
**PREGUNTA 8.- ¿Usted recibió algún beneficio por parte del GAD Municipal Penipe en base a vacunas para la prevención?**

**Tabla 9.** Beneficios por parte del GADM Penipe.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	266	73%
Nunca	99	27%
Suma total	365	100%

**Nota.** Fuente: Púbcico externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

**Gráfico 9** ¿Usted recibió algún beneficio por parte del GAD Municipal Penipe en base a vacunas para la prevención?



**Nota.** Fuente: Púbcico externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

### **Análisis e Interpretación**

De los resultados obtenidos el 73% de la gente dijo que si recibieron beneficios mientras que el 27% nunca recibieron nada.

Por ende, se puede determinar que la mayoría de la población del cantón Penipe si recibieron algún beneficio por parte de la municipalidad, entre ellos destacaron insumos de primera necesidad, kit de primeros auxilios entre otros, esto con la finalidad de que las personas concienticen y sobre todo continúen con el confinamiento.

## PREGUNTA 9.- ¿Considera usted eficaz el perifoneo como alternativa comunicacional?

**Tabla 10.** Eficacia del perifoneo como alternativa comunicacional.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Eficaz	256	70%
Poco eficaz	69	19%
Nada eficaz	40	11%
Suma total	365	100%

**Nota.** Fuente: Púbbico externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

**Gráfico 10** ¿Considera usted eficaz el perifoneo como alternativa comunicacional?



**Nota.** Fuente: Púbbico externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

### Análisis e Interpretación

El resultado obtenido en esta parte de la encuesta, nos dicen que el 70% corresponde a personas que consideran eficaz el perifoneo, mientras que el 19% lo considera poco eficaz y el 11% nada eficaz.

Entonces, se puede decir que el perifoneo como una alternativa comunicacional, sigue siendo preferencial en el cantón Penipe, esto debido a que no todas las personas hacen el manejo y uso de las redes sociales, pues varias personas entrevistadas señalaron que prefieren todavía escuchar la radio entre ellos destacan que por su trabajo igual el perifoneo es la mejor opción. ¿Qué red social posee usted o utiliza con más frecuencia?

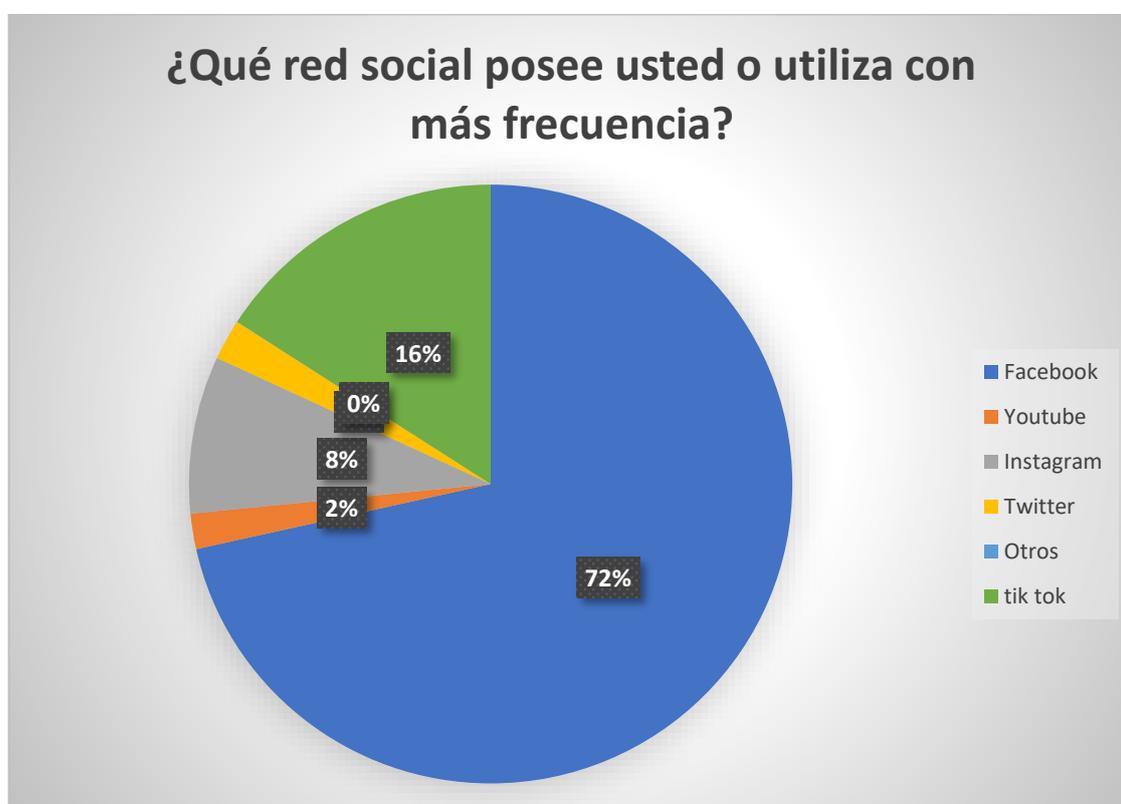
**PREGUNTA 10.- ¿Qué red social posee usted o utiliza con más frecuencia?**

**Tabla 11.** Uso de red social

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	262	72%
YouTube	7	2%
Instagram	29	8%
Twitter	0	0%
Otros	0	0%
TikTok	58	16%
Suma total	365	100%

**Nota.** Fuente: Público externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

**Gráfico 11** ¿Qué red social posee usted o utiliza con más frecuencia?



**Nota.** Fuente: Público externo Penipe. **Elaborado por:** Leidy Jara

**Análisis e Interpretación**

La encuesta arroja los siguientes datos en cuanto la frecuencia de uso de las redes sociales donde el 72% poseen y utilizan Facebook, el 2% YouTube, 8% Instagram, 0% no usan Twitter, 0% usan otras apps y el 16% prefieren Tiktok.

Dados los resultados, se puede evidenciar que las personas en el cantón Penipe, en su gran mayoría poseen la red social Facebook, seguido actualmente de la plataforma de Tiktok, ya que son dos intermediarios de la difusión y transmisión de la información.

### 4.3 Análisis e interpretación de las entrevistas realizadas al público interno del GADM Penipe.

**Tabla 12**

*Matriz de entrevistas a expertos del Gad de Penipe*

ENTREVISTAS PÚBLICO INTERNO				
Nº	Pregunta	Persona entrevistada	Respuestas	Análisis Conclusivo
1	¿Años de trabajo en el GADM Penipe?	Vinicio Bastidas	Trabajo aproximadamente ya dos años en esta institución entre en una época complicada como fue el covid -19 a prestar mis servicios en esta institución.	De acuerdo con la información recabada en las entrevistas aplicadas a las diferentes entidades de la institución, los tres sujetos de alguna manera contribuyeron en el desarrollo de la información sobre la utilización de las diferentes estrategias planteadas para la difusión de información sobre la covid 19 tanto en la parte interna como externa.
		Jesenia Cárdenas	Trabajé desde agosto del 2019 hasta mayo del 2023 con una intermitencia de unos meses de julio de 2021 a abril de 2022, que no estuve.	
		Iván Acosta	Yo actualmente, estoy laborando en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Penipe, por un lapso de 4 años	
2	¿A qué área pertenece?	Vinicio Bastidas	Yo soy comunicador por ende pertenezco al área de comunicación social.	Los entrevistados pertenecían a diferentes departamentos, es el caso del ex director de comunicación Vinicio Bastidas, que laboro durante toda la administración anterior, mientras que Jesenia Cárdenas, pertenecía al área de proyectos MIES e Iván Acosta que labora actualmente como director administrativo en el actual gobierno municipal.
		Jesenia Cárdenas	Yo trabajé con el área de proyectos MIES, coordinando todo lo que tiene que ver acciones en beneficio de los grupos vulnerables que se ejecutaban mediante convenios específicos y encaminados a determinados grupos o grupos cerrados, mismo que fueron atendidos desde que se inició este proceso e la pandemia hasta los últimos que se ha podido estar.	
		Iván Acosta	Pertenezco al área de la dirección administrativa, específicamente soy director administrativo.	
3	¿Considera usted que dentro de la institución se desarrollan estrategias comunicacionales enfocadas a fortalecer la comunicación interna?	Vinicio Bastidas	Antes, no se realizaban, actualmente o más bien desde que yo me hice cargo de las relaciones públicas pues implementamos diferentes estrategias, precisamente para eso, para fortalecer la comunicación interna, y fundamentalmente para que exista una buena comunicación desde la institución municipal, desde quienes conformaban y conforman el COE cantonal, en ese caso la prioridad era	Las tres personas concuerdan en que la institución ha desarrollado estrategias comunicacionales, para el fortalecimiento de la comunicación interna, en tiempos de pandemia, se debe recalcar también que, desde los diferentes departamentos del Gad, la comunicación ha mejorado desde la

			salvaguardar la prioridad y la vida de cada uno de los habitantes del cantón Penipe. Frente a esa circunstancia que era nueva y que nunca se había vivido en ninguna parte del país, cuando la enfermedad llegó a Chimborazo, nosotros como GAD Penipe, se decidió implementar una serie de estrategias precisamente con el beneficio de salvaguardar la mayor cantidad de vidas, es así que la administración bajo el liderazgo de la Sra. alcaldesa Lourdes Mancero y mi persona, Penipe se convirtió en el primer cantón en la provincia de Chimborazo, en tener inoculado el 100% de su población el tercero a nivel país de 221 municipios, esta cifra está en el vacunometro del Ministerio de Salud Pública.	implementación de las estrategias ya mencionadas por los entrevistados. Por lo que se llega a la conclusión de que con la colaboración de todo el personal administrativo la comunicación interna actualmente se maneja de manera correcta e integral y todas las estrategias utilizadas han sido planteadas y plasmadas en un plan de comunicación mismo que será anexado en la parte final de esta investigación para la respectiva constancia y credibilidad de esta. Algo novedoso en la recolección información es que todos los entrevistados mencionaron que, al principio, el manejo de la información por las diferentes vías y canales de comunicación alternos no se manejaban de la mejor manera por lo que optaron por realizar reuniones para fortalecer la comunicación entre el personal interno a través de la plataforma <i>Zoom</i> .
		Jesenia Cárdenas	Inicialmente, no sabría decir cómo se manejaba el GAD, no hubo espacios en donde se haya tal vez manejado algún tipo de estrategia directa, sino más bien con el apoyo del GAD Municipal se empezaron formando grupos de WhatsApp mismos que fueron un poco difícil de manejar al principio.	
		Iván Acosta	Por su puesto, en un tema tan importante como es el fortalecer la comunicación interna de nuestra institución, a través de la dirección administrativa se ha venido coordinando y creando específicamente estrategias para una mejor comunicación interna, junto con el departamento de comunicación.	
4	¿Qué recursos utiliza usted con mayor frecuencia para la comunicación interna?	Vinicio Bastidas	En efecto, los medios que se utilizaron para la difusión de la información y un mejor manejo de la comunicación entre personal de la institución fueron el canal de WhatsApp, donde se establecieron grupos cerrados en esta aplicación, me refiero especialmente a grupos entre los presidentes de los GAD's Parroquiales, la Sra. Alcaldesa y mi persona que les enviaba el material comunicacional, este sea videos, audios y diferentes piezas comunicacionales, a su vez de manera coordinada y articulada se pidió que los señores de	Como análisis conclusivo puedo observar que las tres personas mencionaron las mismas estrategias, donde recalcan el cumplimiento efectivo de todas las estrategias establecidas en la matriz siguiente de identificación de estrategias, teniendo en cuenta que la estrategia que más viabilidad y aceptación tuvo fue el uso y manejo de la red social de WhatsApp seguido de la utilización de la plataforma zoom.

			<p>los GAD Parroquiales, formen grupos comunitarios, es decir por cada comunidad y por cada barrio tenían grupos específicos donde la información les llegaba de manera personalizada. A nuestros compañeros municipales de la misma manera se les creó un grupo, un chat donde estábamos todos los funcionarios municipales, para crear una especie de unidad y de información.</p>	
		Jesenia Cárdenas	<p>El problema más grande que tuvimos fue el medio de WhatsApp, al inicio por la dificultad de manejo, pero se utilizó bastante, y de a poco nos fuimos acostumbrando, claro que también tienen mucho que ver la interacción y el impacto o desenvolvimiento en las otras redes sociales.</p>	
		Iván Acosta	<p>Para la difusión de la información se han tomado estrategias como el uso de plataformas digitales y redes sociales, en especial la red de WhatsApp que fue la más utilizada que en algunos casos estas herramientas nos han permitido mejorar la comunicación entre los distintos departamentos que conforman la institución y como no mencionar que se han creado reuniones vía zoom con el fin de mejorar la falta de comunicación.</p>	
5	<p>¿Cree usted que la comunicación interna emitida desde el departamento de comunicación favorece a que los empleados conozcan la información básica de la institución?</p>	<p>Vinicio Bastidas</p>	<p>La comunicación interna es fundamental para el buen funcionamiento del municipio. Sin eso, no sería posible coordinar las tareas de manera eficaz y una vez que ellos estén enterados también sean portavoz del mensaje de las actividades que se realiza como institución integrar además se puede poner en práctica la misión, la visión y los valores del GADM Penipe.</p>	<p>Todos concuerdan que, desde el departamento de comunicación, la información se fue moldeando, ya que al principio hubo complicaciones ya que no todos los compañeros de trabajo colaboraban, sin embargo, mientras se iban aplicando las estrategias el personal administrativo desde los diferentes departamentos, empezaron a valorar y sobre todo a colaborar en el entendimiento y la distribución de la información y recalcaron que las herramientas usadas fueron de gran ayuda.</p>
		Jesenia Cárdenas	<p>Si a lo mejor favoreció la comunicación interna a los funcionarios, siempre es bueno tener la información a primera mano, y todos manejar un mismo idioma por así decirlo, en cuestión a lo que está pasando en beneficio de todos.</p>	

		Iván Acosta	Efectivamente debo explicar que estos medios en la pandemia nos fueron de gran ayuda, en especial ya que se compartía la información mediante el WhatsApp a los diferentes chats de las comunidades y parroquias, por ende, se puede decir que si, desde la comunicación se hizo un excelente trabajo claro con la ayuda de todo el equipo administrativo del GAD.	
6	¿La comunicación de los distintos departamentos es efectiva?	Vinicio Bastidas	Al principio no, porque había desinterés, pero de apoco los compañeros se fueron involucrando, yo les enviaba la información, se les compartía los links y a través de ello, se replicaba la información o a veces ellos también daban su punto de vista y comentarios para ir fortaleciendo y retroalimentando, entonces un 100 % no hubo, pero sí un 90% de efectividad.	Los entrevistados concuerdan en que la comunicación impartida desde los diferentes departamentos de la institución en tiempos de pandemia fue efectiva en especial por el uso de la herramienta del WhatsApp.
		Jesenia Cárdenas	Si, como decía ya mucho dependió de la actitud con el medio digital sobre todo y cada departamento empezó a manejar también su canal de comunicación adecuado para tenernos comunicados en base a cada necesidad, dada la circunstancia.	
		Iván Acosta	Pues sí, con el tiempo todos nos adaptamos y nos trasladamos al manejo de una buena comunicación interna llegando al punto de convertirnos en el primer cantón de la provincia en tener las vacunas.	
7	¿Qué medio utiliza usted como comunicador para el desarrollo de sus actividades y como consideraría usted el resultado obtenido en base a las estrategias aplicadas para una	Vinicio Bastidas	Bueno, al hablar de medios debemos tener en cuenta que existe una gran cantidad de medios o canales los denominaría yo, nosotros actualmente trabajamos con tres medios televisivos, con publicidad BTL, trabajamos con redes sociales, con medios impresos, trabajamos con 6 medios radiales, el tema de WhatsApp nos dio buenos resultados por lo que seguimos usándolo, seguimos fortaleciendo el tema del TikTok y seguimos con el tema de medios tradicionales y hemos migrado a pantallas Gigantes	La red de mensajería WhatsApp, fue la que todos utilizan de acuerdo con las respuestas obtenidas en la entrevista aplicada.

	correcta y efectiva comunicación interna?		y gigantografías, entrevistas, agenda de medios y la socialización en territorio.	
		Jesenia Cárdenas	Nosotros como administración de proyectos MIES buscamos sobre todo el distanciamiento social para evitar propagar el virus entre los grupos vulnerables, sobre todo porque en Penipe existe una población bastante longeva y ellos son naturalmente los más afectados de hecho perdimos muchas vidas a causa de este virus.	
		Iván Acosta	Desde la dirección administrativa, la red que más se ha usado es el WhatsApp.	
8	¿Con que frecuencias realiza usted seguimiento a la información emitida por el GADM Penipe?	Vinicio Bastidas	La estrategia siempre es medible, de acuerdo a la cantidad de tiempo, una estrategia se puede medir en dos meses a tres meses, para lo que siempre se hace o se acostumbra a hacer es un monitoreo de medios diario, la estrategia se evidencia naturalmente cuando por ejemplo si implementamos una campaña, esta campaña es medible luego del 100% de la misma y luego se entra en un proceso de evaluación de resultados para ver la efectividad de la misma.	En este punto, los entrevistados mencionan que desde sus departamentos el seguimiento de la información emitida solo Jesenia Cárdenas no hacia un seguimiento continuo y que sus actividades eran otras, mientras que desde el departamento de comunicación y desde el departamento administrativo el seguimiento era casi continuo.
		Jesenia Cárdenas	Esto lo ha hecho de acuerdo con el tiempo que uno dispone a la actividad como tal o a que nivel uno ha estado empoderado de las actividades que nos han tocado, yo frecuentemente e interactuado, sobre todo en las cosas relevantes que han sido de mayor importancia.	
		Iván Acosta	Desde mi área el seguimiento es casi continuo ya que en pandemia éramos nosotros mismos quienes nos encargábamos de difundir la información.	
9	¿Los departamentos colaboran con material necesario y trabajan en conjunto con el departamento de comunicación para la	Vinicio Bastidas	Si, la mayoría de los compañeros cuando se les solicitaba con ayuda, naturalmente entregaban la información correspondiente, además que siempre contaba con un equipo de colaboradores, de pasantes de la Universidad Nacional de Chimborazo, que estaban a disposición para que se cumplan con el tema de la vacunación,	En este punto, Batidas mencionó que los departamentos si colaboraban en lo que se les pedía, aunque fue algo demorado el proceso de adaptación, sin embargo, en cuanto a la mejor estrategia que se utilizó para la difusión de información y prevención de vacunas fue el

	respectiva difusión de información de la institución?		capacitaciones en las instituciones educativas, vía zoom ya que ese era el método.	perifoneo, es lo que concuerdan Cárdenas y Acosta.
	¿Cuál considera usted que fue la estrategia más efectiva para el tema de prevención y vacunación del covid?	Jesenia Cárdenas	Ahí el perifoneo fue la estrategia más utilizada y sobre todo a mí que me toco estar en la tenencia política y pues la comunicación de boca en boca, fueron medios que apoyaron bastante y más que todo dar la información efectiva para que puedan adquirir y ser beneficiarios para las dosis, sobre todo en grupos de atención prioritario.	
		Iván Acosta	La estrategia más usada fue para informarnos internamente e WhatsApp y el perifoneo para emitir la información al pueblo, esas fueron las estrategias más utilizadas ya que se había creado una campaña cuyo lema era 'Usa la cabeza y el corazón, continua la prevención' y el perifoneo fue la mejor estrategia.	
10	¿cómo califica usted las estrategias aplicadas en base al desarrollo de la comunicación interna?	Vinicio Bastidas	Las estrategias que se utilizaron fueron efectivas, y exitosas ya que hemos logrado mantener la calma de la mayoría de nuestros habitantes en Penipe, siempre habrá un algo más por hacer, pero considero que el trabajo fue bueno no lo digo yo, lo dicen las cifras y la tranquilidad de los penipeños se reflejan en el trabajo que hemos venido realizando.	De acuerdo a las respuestas obtenidas se puede decir que las estrategias que se usaron y que se muestran en la tabla de abajo han funcionado para que la información interna se fortalezca.
		Jesenia Cárdenas	Nadie nace sabiendo, más bien al final de esta administración puedo decir que hemos logrado ya manejar de manera específica en todas las áreas la comunicación interna y efectiva, entonces podría decir que la comunicación es un excelente medio para prevenir e informar los diferentes acontecimientos	
		Iván Acosta	Yo califico las estrategias usadas, relativamente buenas, pues desde el departamento de comunicación las directrices salían de buena manera, y es por eso que nos posicionamos como el primer cantón en recibir la vacunación.	

Elaborado por: Leidy Jara

**4.3.1 Determinación de estrategias comunicacionales utilizadas por el GADM Penipe en tiempo de Pandemia periodo enero a junio 2022 en base a las entrevistas realizadas.**

**Tabla 13.** Matriz de identificación de estrategias por los entrevistados.

Entrevistados	Estrategias identificadas
<p><b>Vinicio Bastidas</b></p> <p><b>Jesenia Cárdenas</b></p> <p><b>Iván Acosta</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilización de la WhatsApp</li> <li>• Grupos entre autoridades y presidentes de los GAD`s parroquiales</li> <li>• Grupos de chats entre presidentes y comunidades de las diferentes parroquias.</li> <li>• Grupos entre el personal del GAD Penipe</li> <li>• Compartir la información en los estados personalizados de cada uno de los integrantes del GAD.</li> <li>• Perifoneo en las diferentes parroquias en base a las rutas planificadas y establecidas</li> <li>• Llamadas telefónicas</li> <li>• Mantenión Activa de la página de Facebook para difundir la información</li> <li>• Creación de una cuenta de TikTok</li> <li>• Instalación de pantallas informativas en la parte principal de la institución</li> <li>• Apoyo de radio Volcán con contratación de 10 pasadas diarias de 5 meses para llegar a sectores que no había redes sociales.</li> <li>• Reuniones comunitarias vía <i>Zoom</i>.</li> <li>• Publicidad en 7 vehículos Bayushig informando de que es lo que le podía pasar en caso de que se exponga a salir de su casa.</li> <li>• Creación de grupos de WhatsApp</li> <li>• Utilización de slogans en campañas de concientización cuyo nombre eran “Usa la cabeza y el corazón, continua la prevención”</li> <li>• Tres publicaciones entre semana en la página de Facebook sobre la prevención y cuidados del Covid.</li> <li>• Información preventiva</li> <li>• Distanciamiento social</li> <li>• Creación de videos</li> <li>• Elaboración de una cartelera en la entrada principal del municipio, donde se colocaba artes e información relevante a la pandemia.</li> <li>• Redacción de guiones</li> <li>• Redacción de textos cortos para redes</li> <li>• Utilizar plantillas para la publicación de imágenes donde se muestre el logo de la institución</li> <li>• Utilización de hashtags</li> <li>• Monitoreo y seguimiento a las publicaciones realizadas</li> </ul>

**Elaborado por:** Leidy Jara

Para presentar los datos obtenidos en la investigación sobre las estrategias comunicacionales que utilizó el GAD de Penipe en tiempo de Pandemia se empleó entrevistas a tres expertos en el tema, mismas que se evidencian en los anexos con una guía de preguntas, sin embargo se han establecido dos matrices una que muestran las entrevistas realizadas a los tres profesionales y otra que identifican las estrategias utilizadas en el tiempo de pandemia en el periodo ya mencionado donde se ha identificado 25 estrategias que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Penipe utilizó para el manejo y

distribución de la información interna, mientras tanto en base a la aplicación de encuestas al público externo y a toda la información recabada en las entrevistas aplicadas se consiguieron los siguientes resultados:

#### **4.4 Discusión de Resultados**

Una vez realizada y finalizada el proyecto de investigación cuyo tema consiste en el “Análisis de las estrategias comunicacionales del GADM Penipe en tiempo de pandemia en el periodo de enero a junio 2022”, se demuestran los siguientes resultados identificados en un análisis cuantitativo y cualitativo, mediante la ejecución de encuestas y entrevistas a un determinado público externo e interno, a su vez también de la identificación de las estrategias que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Penipe utilizaron en tiempos de pandemia. Dichas estrategias fueron identificadas a través de las entrevistas ejecutadas al personal del Municipio del periodo antes mencionado. Se debe mencionar que el trabajo de campo fue realizado en el tiempo establecido.

Para llegar a esta etapa de la investigación se ha partido de planificación, construcción, ejecución y tabulación de la encuesta seguido de una guía de entrevistas, por lo tanto, al analizar las encuestas aplicadas a 365 personas que vendrían a ser una muestra para el estudio de esta investigación de un total de 7155 habitantes, en las preguntas aplicadas se puede decir que las personas con mayor rango de edad están entre los 45 años en el cantón esto representa a un total de 91 personas que respondieron la encuesta con esta edad.

Los medios que utilizan las personas de Penipe para informarse sobre las acciones ejecutadas en el Municipio son la red social de Facebook con un total de 60% que corresponde a 219 personas de las 356 encuestadas, mientras que 98 personas que corresponde al 27% prefieren hacer uso de la radio, ya que Penipe aun continua con varios medios tradicionales. En cuanto al tiempo que las personas prefieren consumir la información, 168 personas que representa el 46% de la población prefieren consumir la información en el horario de 6 de la tarde ya que consideran un buen horario para descansar de sus labores ajetreadas.

Si bien es cierto, en la época del confinamiento varias personas se dedicaban al consumo de la información mediante aparatos tecnológicos, así mismo las empresas migraron su manera de trabajar y de llevar la información, adaptándose a una modalidad diferente a la que se estaba acostumbrado, por ende, 168 personas que corresponde a un total del 46% calificaron a la información emitida por el municipio como buena, mientras que solo 11 personas dijeron que el contenido que se difundía era pésimo. Así mismo, 153 (42%) personas encuestadas dijeron que los formatos utilizados en fotos y videos publicados en la página del GADM Penipe eran adecuados, mientras que 95 (26%) personas la consideraban sencilla y que se debería mejorar.

Mediante la ejecución de la encuesta, se pudo evidenciar que un buen porcentaje de personas que consideraban adecuados los diferentes medios de difusión que utilizó el municipio en tiempos de pandemia, así como las estrategias que se utilizaron. Pues 248

personas (68%) dijeron que, si efectivamente todas las estrategias utilizadas fueron viables para la difusión y manejo de la información.

La era de la pandemia, obligo a muchas instituciones tomar decisiones beneficiosas para el crecimiento institucional, entre ellas la difusión de la información debía contar con buenas alternativas para no ocasionar una crisis comunicacional que afectara al público externo, en este caso a los ciudadanos penipeños, como al público interno de la entidad. En este sentido, según la investigación realizada, la institución habría buscado la manera de informar sobre la prevención y cuidados del covid-19, para lo cual instaló publicidad en la parte física de la institución, con el objetivo de los moradores al salir, observen y tengan precaución ya que la enfermedad en ese momento era mortal, ante esta estrategia 190 personas que corresponde al 52% de la población dijeron que si observaron la información mientras que solo 7 personas nunca vieron la publicidad.

Según los autores Katz *et al.* (2019) aplicar una encuesta es de gran importancia en una investigación ya que esta es una técnica de construcción de datos en donde se utiliza un cuestionario de preguntas que permitirá obtener información de múltiples temas de los individuos o grupos estudiados.

Actualmente existen muchas maneras de aplicar una encuesta, con el crecimiento tecnológico hoy se puede utilizar algunos instrumentos tecnológicos como las *tablets*, celulares, computadoras, plataformas digitales como Facebook, Instagram, WhatsApp entre otros para aplicar una encuesta, sin embargo, considerando la importancia y valides de esta investigación la encuesta se a aplicado de manera tradicional a las personas de Penipe.

Siguiendo con la discusión de resultados, se había mencionado la ejecución de entrevistas a tres funcionarios del GADM Penipe, en donde se utilizó la técnica tradicional de preguntas y respuestas para poder identificar las estrategias que se utilizaron para una correcta difusión de la información sobre el covid 19.

Varias fueron las estrategias que se identificaron, sin embargo las que más se usaron y dieron mejores resultados fueron la utilización del WhatsApp para crear grupos de trabajos tanto con el sector interno como el sector externo, esto con la finalidad de mantenerse activos durante el confinamiento. Según las declaraciones obtenidas por el director de comunicación de ese entonces, Vinicio Bastidas, en un inicio las estrategias no daban buenos resultados ya que las personas de los diferentes departamentos de la institución no colaboraban en la difusión de la información, sin embargo con el pasar de los días y de los meses se fueron adaptando a la situación, en donde se establecieron más estrategias como el uso de la plataforma ZOOM, para crear reuniones de trabajo y tomar ciertas resoluciones. Igualmente, el perifoneo fue una de las estrategias que el GADM Penipe utilizó para difundir la información como fueron campañas de prevención y concientización sobre la enfermedad.

Si bien es cierto, que en meses anteriores el Ministerio de Salud declaró a Ecuador libre de covid y puso fin a la pandemia, hay continuar con las precauciones y con el uso y

manejo de las estrategias comunicacionales para poder difundir de mejor manera los contenidos, la enfermedad sin duda alguna cambio la vida de varias personas a nivel mundial, sin embargo desde la municipalidad de Penipe, desde enero hasta junio del 2022 ha implementado un nuevo funcionamiento del manejo de la información con principal objetivo de prevenir y concientizar al pueblo penipeño.

## CAPÍTULO V

### 5.1. Conclusiones

- Se identificaron 25 estrategias comunicacionales aplicadas por el GADM Penipe, para la difusión de la información del covid-19, mismas que fueron analizadas desde el punto de vista periodístico, por la autora. Las estrategias fueron identificadas con base en la aplicación de entrevistas al público interno, quienes resaltaron que las estrategias más utilizadas en ese momento fue la creación de grupos vía WhatsApp, las reuniones mediante la plataforma *Zoom* y el perifoneo en las comunidades aledañas y el centro de Penipe, esto con la finalidad de promover campañas de vacunación que ayuden a la prevención y concientización de las personas sobre el covid-19.
- Al aplicar los instrumentos de análisis de la investigación como es la encuesta y la guía de preguntas para las entrevistas, que la información difundida por el GADM Penipe mediante el uso de estrategias comunicacionales obtuvieron un gran impacto en la sociedad penipeña, pues de acuerdo a las cifras obtenidas un 68% afirmó en las encuestas que las estrategias utilizadas por la institución en tiempos de pandemia fueron efectivas, dando como resultado un impacto sumamente alto a la distribución de la información en el cantón Penipe.
- Como propuesta se ha planteado la redacción de un artículo científico con el objetivo de fortalecer este proyecto de investigación, pues el documento aborda información sobre la importancia del manejo de las estrategias comunicacionales, mismas que servirán para un adecuado funcionamiento y distribución de la información, a través del uso correcto de los diferentes canales intermediarios de la información, teniendo en cuenta que hoy en día la mayoría de instituciones hace uso de las diferentes tecnologías de la información y comunicación, especialmente para informar de manera digital.

## 5.2. Recomendaciones

- Una vez finalizada la investigación se puede recomendar el uso de nuevas estrategias comunicacionales que ayuden a la difusión de la información, así mismo que se mantengan todas las estrategias identificadas y de ser posibles sean socializadas a todo el público interno y externo en la población penipeña, de esta manera ellos sabrán lo importante que es trabajar en equipo, pues en tiempos difíciles como fue el confinamiento varias instituciones tenían la responsabilidad de buscar la manera de distribuir la información y prevenir el contagio y la pérdida de vidas humanas.
- Al hablar de estrategias comunicacionales se considera necesario hacer usos de todas las herramientas de distribución de información planteadas en las encuestas, ya que, mientras mayores intermediarios existan más alcance y rapidez tendrá la información, pues en la actualidad la tecnología permea todo el alrededor de la sociedad e impactan rápida, directa e indirectamente las actividades humanas.
- Al momento de crear una estrategia comunicación para el adecuado funcionamiento y distribución de la información, se recomienda tomar en cuenta el artículo científico redactado para la complementación de esta investigación, ya que ahí se aborda el proceso adecuado desde un abordaje teórico y científico acerca de las estrategias comunicacionales.

## CAPÍTULO VI

### 6.1. Propuesta: Elaboración de un artículo científico.

Tipo de artículo (Investigación)

**Uso de las redes sociales como estrategias comunicacionales para la correcta distribución de información sobre el Covid-19 en el GADM Penipe.**

*Use of social media with communicative strategies with the purpose of the correct distribution of the information about the Covid-19 in the GADM Penipe*

Leidy Mishel Jara Suica<sup>1</sup>, <https://orcid.org/0009-0001-8421-000X>

<sup>1</sup>Universidad Nacional De Chimborazo, Facultad De Ciencias Políticas y Administrativas, Carrera de Comunicación, Riobamba, Ecuador, [mishelj630@gmail.com](mailto:mishelj630@gmail.com).

<sup>2</sup>Galo Xavier Vásconez Merino, ORCID

<sup>2</sup>Galo Xavier Vásconez Merino, <sup>2</sup> Universidad Nacional De Chimborazo, Facultad De Ciencias Políticas y Administrativas, Carrera de Comunicación, Riobamba, Ecuador, [gvasconez@unach.edu.ec](mailto:gvasconez@unach.edu.ec)

## **RESUMEN**

El presente trabajo analiza las estrategias comunicacionales utilizadas por el GADM Penipe, en especial el uso de las redes sociales como herramientas importantes para la difusión de la información acerca del covid-19, teniendo en cuenta que el principal objetivo fue identificar y analizar todas las estrategias que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Penipe utilizó en el periodo de enero a junio de 2022 para informar sobre la prevención, tratamiento y vacunación de la enfermedad. En un principio, desde el departamento de comunicación la información no se brindaba de manera precisa ya que la enfermedad era un fenómeno desconocido, sin embargo, según los estudios realizados en el proyecto investigativo, se habrían destacado como estrategias relevantes y beneficiosa para la distribución de la información al WhatsApp, Zoom, Facebook y Perifoneo, ya que estas fueron las más utilizadas en todo el periodo de la investigación. Como método de investigación se ejecutó un análisis a las técnicas de investigación utilizadas como fueron la aplicación de encuestas y entrevistas a expertos, en donde a través de una matriz de análisis se identificó varias estrategias que el GAD usó en el confinamiento del 2022, obteniendo como resultado, la satisfacción y visto bueno de las personas penipeñas sobre la distribución de la información.

**PALABRAS CLAVE:** Estrategias, Redes Sociales, Covid-19, Penipe, Análisis.

## ***ABSTRACT***

The present work analyzes the communication strategies used by the GADM Penipe, especially the use of social networks as important tools for the dissemination of information about covid-19, considering that the main objective was to identify and analyze all the strategies that the Decentralized Autonomous Government of Penipe used in the period from January to June 2022 to inform about the prevention, treatment and vaccination of the disease. Initially, from the communication department, the information was not provided accurately since the disease was an unknown phenomenon, however, according to the studies carried out in the research project, they would have stood out as relevant and beneficial strategies for the distribution of information. the information to WhatsApp, Zoom, Facebook and Perifoneo since these were the most used throughout the research period. As a research method, an analysis was carried out on the research techniques used, such as the application of surveys and interviews with experts, where through an analysis matrix, several strategies were identified that the GAD used in the 2022 confinement, obtaining as result, the satisfaction and approval of the people from Penipe on the distribution of information.

**KEY WORDS:** Strategies, Social Networks, Covid-19, Penipe, Analysis.

## INTRODUCCIÓN

En diciembre de 2019 a nivel mundial se inició la pandemia ocasionada por un grupo de virus pertenecientes al coronavirus y fue catalogada como una enfermedad infecciosa que afecta al sistema respiratorio. Al principio tanto la enfermedad como el nuevo virus eran desconocidos y las personas presentaban sintomatología como la fiebre, cansancio y tos seca. Se sabe que en el Ecuador la enfermedad se propagó el 29 de 2020 cuando una ciudadana que arribó de España habría venido contagiada al país. Sin embargo, el 13 de abril del mismo año, algunos medios de comunicación local de la ciudad de Riobamba declararon un primer caso de coronavirus en el cantón Penipe, donde varias autoridades locales tomaron las medidas necesarias para evitar alarmar a la gente, “Invitamos a la ciudadanía a mantener la calma, no salir de sus casas hará que la enfermedad se propague en el resto de los penipeños” (Diario Los Andes, 2020)

La obligación de las autoridades locales del Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Penipe, fue tomar estrategias medibles para evitar el número de contagios en el sector, por lo que, en base a una investigación profunda, se pudo identificar varias estrategias comunicacionales que fueron utilizadas desde el departamento de comunicación de la institución, para informar a la ciudadanía con responsabilidad. Sin duda alguna la pandemia dejó varias experiencias en las vidas de las personas, pues al inicio nadie podía descifrar una cura para dicha patología mortal. Varios eran los informes que emitía el Ministerio de Salud del Ecuador sobre la enfermedad y en Chimborazo hasta el 23 de marzo del año 2020, ya se habían confirmado 9 casos mientras que para abril ya se tenía un total de 99 casos confirmados.

El 2020, fue un año muy difícil de superar, en los medios de comunicación solo se hablaba del gran incremento de contagios a nivel mundial, nacional y local, las primeras muertes por causa de esta enfermedad empezaron a aparecer, el caos y la desesperación de las personas era notorio, mientras que la economía bajaba y todos guardaban reposos en casa. Ante los acontecimientos suscitados, varias empresas e instituciones buscaron darle solución al problema, tratando de mantener su estabilidad financiera de manera equilibrada, por lo que llevaron el trabajo presencial a un trabajo desde casa y virtual. Es el caso del Gad Municipal de Penipe, que desde un inicio busco la manera de no exponer a sus trabajadores a ser contagiados por covid, desarrollando estrategias comunicacionales que sirvan para el manejo adecuado de la información tanto para el público interno y externo de la localidad.

Estrategias simples como la creación de grupos de trabajo mediante la herramienta del WhatsApp para informar de manera interna fueron la que más se utilizó en todo el trayecto de la pandemia, así lo afirmo el comunicador de la anterior administración Vinicio Bastida, quien recalco también que la plataforma del ZOOM, Facebook y el perifoneo fueron aliados estratégicos en tiempos de covid, es así como se puede mencionar que actualmente las redes sociales invaden el sistema informativo en la sociedad, pues desde su aparición varias personas tienen una cuenta de Facebook o WhatsApp para consumir la información, igualmente, las empresas hoy en día disponen un canal intermediario para la distribución de

información y en la pandemia muchas de ellas se trasladaron a utilizar mencionadas plataformas como estrategias benéficas y viables para llevar una adecuada información, para así prevenir contagios y alertar a la ciudadanía sobre los posibles hallazgos de la cura para la enfermedad como fue la vacuna contra el covid.

Rafael A. Pérez define a la estrategia de comunicación como el método o conjunto de métodos que sigue el comunicador y su equipo para seleccionar, estructurar y difundir su comunicación para el mejor logro de los objetivos asignados, teniendo en cuenta todas las posibles reacciones de los otros jugadores (competidores, cooperadores), de sus audiencias (públicos objetivo) y/o de la naturaleza. (Pérez, 2001).

Por lo tanto, la implementación de una estrategia de comunicación es de gran importancia en cualquier programa social, pues una estrategia de comunicación no es más que una herramienta comunicativa, misma que permite alcanzar un determinado fin, es decir son aquellos instrumentos, recursos o medios que faciliten un buen desarrollo del proceso comunicativo.

## **METODOLOGÍA**

El presente artículo de investigación se realizó en base a la aplicación de la teoría funcionalista misma que se enfoca en el estudio de los efectos que se ocasionan un determinado medio de comunicación o institución, en este caso la investigación la aplicación de esta teoría nos ayudó a comprender y entender los efectos que desde la comunicación las estrategias identificadas ayudaron a distribuir de mejor manera la información sobre el covid-19. Los métodos de investigación fueron inductivo y analítico, mismos que permitieron que la búsqueda de la información sobre el análisis de las estrategias comunicacionales sobre el covid-19 en el GADM-Penipe, periodo de enero a junio 2023, sabiendo que la información de esta investigación va desde una observación particular hacia lo general.

Los métodos de estudio fueron científico, deductivo y analítico, los cuales permitieron la búsqueda de información empírica, teórica, partiendo de lo general a lo específico y analizando cada componente de la noticia. Para poder determinar si diario El Comercio aplicó el código de ética en sus publicaciones, fue necesario realizar un análisis de contenido y entrevistas. Por lo que dentro de este análisis se estableció en base al desarrollo de varios componentes que ayudaron en la identificación de las estrategias comunicacionales.

En lo que concierne a la muestra, para esta investigación se trabajó con una muestra de 365 de 7155 del total de la población esto mediante la aplicación de encuestas y la aplicación de las entrevistas a tres personas que laboraban en el Gad Municipal de Penipe. De acuerdo con García Ferrando (1993), una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de

obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. Por lo tanto, la información utilizada en la investigación proviene de la elaboración de un marco teórico mismo que sirvió el desarrollo de esta investigación.

## **LAS REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

Las redes sociales en la actualidad juegan un papel muy importante a la hora de difundir la información, varias empresas y medios de comunicación a nivel nacional, internacional y mundial posee una cuenta en cualquier red social, misma que sirve de carácter informativo, esto con la finalidad de poder distribuir la información hacia un público interno y externo. Dentro de esta investigación se han abordado varios temas de carácter investigativo cuyo aporte va más allá de la complementación y apoyo al proyecto, pues existe otra finalidad y es el de identificar y demostrar que las redes sociales son fundamentales para varias empresas, tanto así que muchas las consideran como una estrategia de alto rango para la correcta distribución de la información.

La Coordinadora de Proyectos MIES, Jessenia Cárdenas en su declaración brindada para la complementación de este proyecto de tesis, mencionó que el uso de las redes sociales durante la pandemia fue de gran ayuda, ya que había intermediarios que eran muy rápidos de usar y sobre todo muy accesibles a la hora de informar y recibir la información. “durante la pandemia el uso de las redes sociales favoreció muchísimo a la comunicación interna, a los funcionarios, pues siempre es bueno tener la información a primera mano, y todos manejar un mismo idioma por así decirlo, en cuestión a lo que está pasando en beneficio de todos y como consecuencia de esto, desde el departamento de comunicación el compañero Vinicio Batidas junto todos los compañeros que conformaban ese departamento supo crear las mejores estrategias mediante redes sociales” (Cárdenas, 2023).

Hoy en día la presencia de una empresa en las redes sociales son más que necesarias y no necesariamente para vender o mantener activa un marca o imagen adecuada, hoy los humanos vivimos en un sistema globalizado, invadido por una brecha digital, hoy en día existe ya una sociedad digitalizada en donde la mayoría de las personas tienen acceso a la internet desde varios dispositivos tecnológicos que con tan solo un clic ya tienen la información en sus manos, inclusive la pueden compartir a diferentes lugares del mundo, de hecho existen empresas donde su nivel profesional y la determinación de su éxito o fracaso dependen de los social media.

## **COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN TIEMPOS DE COVID.**

La manera de comunicar hoy en día es muy importante, pues de esta depende que una empresa cualquiera tenga éxito o fracaso. La época del coronavirus en Penipe no fue tan crítica como en otros cantones de la provincia de Chimborazo, pues según los reportes obtenidos por fuentes oficiales, este cantón fue uno de los primeros en contagiarse, así mismo el que mejor estrategia ha utilizado para combatir la propagación del virus en las familias y la sociedad penipeña, todo esto gracias al buen trabajo que desde la alcaldía

municipal de Penipe se habría realizado. Periódicos locales y nacionales señalan a Penipe como el primer cantón de la provincia de Chimborazo en tener inoculado el 100% de su población. “Penipe se convirtió en el primer cantón en la provincia de Chimborazo, en tener inoculado el 100% de su población el tercero a nivel país de 221 municipios, esta cifra está en el vacunometro del Ministerio de Salud Pública” (Bastidas, 2023).

Hablar de comunicación interna es referirse a toda aquella información ya sea buena o mala difundida entre miembros de un mismo departamento, en este caso la comunicación interna que el GADM Penipe ejecutó en tiempos de covid, fue efectiva, sin embargo, se debe recalcar en base a las declaraciones obtenidas por algunos miembros de la municipalidad, al principio intentar mantener una buena comunicación interna, fue complicada pues no todos accedían a colaborar en lo que se necesitaba para poder difundir la información de manera correcta. En una entrevista realizada al director administrativo del GADM Penipe, Iván Acosta la información que se difundía al inicio de la pandemia no fue muy bien recibida por el resto de sus compañeros, sin embargo, con el paso de los meses se fueron acostumbrando al nuevo sistema laboral.

Por otra parte, la comunicación externa en el cantón se llevó de la mejor manera, para esto se habrían creado algunas técnicas y estrategias necesarias que ayudaron al proceso de difusión de la información. En las encuestas aplicadas a una parte de la población estos mencionan que, desde la municipalidad, recibieron en muchas ocasiones ayudas necesarias, pues una de las estrategias usadas por la municipalidad habría sido la creación de grupos a través de la red social del WhatsApp en donde se informaba diariamente sobre los riesgos de la enfermedad, el proceso de restricción, y todas las medidas de bioseguridad que las personas debían usar en caso de salir de sus casas. Las encuestas arrojan que el 68% de la población aceptaron y calificaron a las estrategias de comunicación externa como favorables.

## **DIFUSIÓN DEL COVID-19 EN PENIPE.**

Varias fueron las estrategias que se utilizaron para emitir información acerca del coronavirus en Penipe, sin embargo, el Perifoneo fue otra de las cuantas estrategias identificadas en la investigación que dieron buenos resultados al momento de informar a la ciudadanía. Medios de comunicación locales como La Prensa Chimborazo y Diario Los Andes mantenían informados a los penipeños, mediante noticias publicadas en sus diferentes plataformas digitales como Facebook, Instagram y los portales Web, y es ahí donde se pudo observar que otra de las estrategias utilizadas por las personas fue el Facebook para el consumo de la información sobre el coronavirus y sus afectaciones en el ser humano.

## **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS (WHATSAPP, FACEBOOK, ZOOM Y PERIFONEO)**

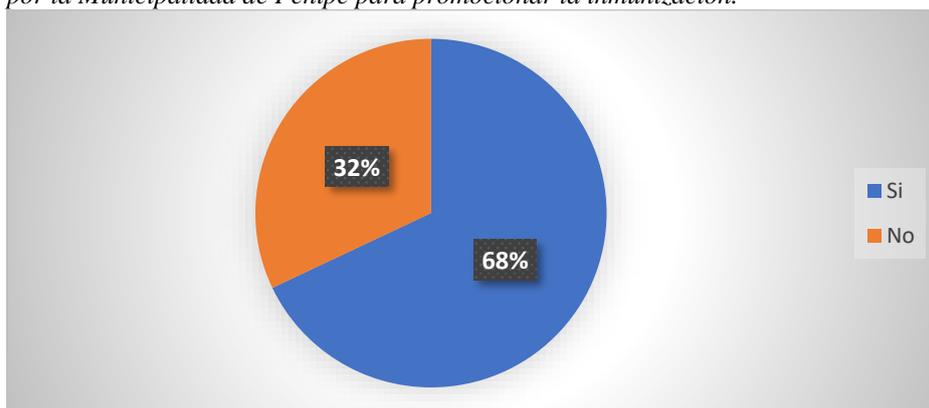
En la investigación se identificó 25 estrategias que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Penipe utilizó para el manejo y distribución de la información al personal interno y externo sin embargo de acuerdo a los resultados obtenidos por medio de las entrevistas y

las encuestas las estrategias que dieron buenos resultados fueron el WhatsApp, Facebook, Zoom y el Perifoneo.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados reflejan el buen manejo de las estrategias planteadas por el GADM Penipe, desde un estudio interno, mediante la aplicación de las entrevistas y una matriz de identificación de las estrategias utilizadas para la correcta distribución de la información. Por lo que se había entrevistado a tres expertos, mismos que deducen que de todas las 25 estrategias planteadas, solo cuatro de ellas fueron las que realmente se utilizaban con frecuencia, ya que las herramientas intermediaras eran fáciles de utilizar. Por otra parte, se obtuvo resultados positivos y favorables en cuanto el método de investigación aplicado al publico externo, mediante la técnica o instrumento de la encuesta donde se plantearon varias preguntas en base a la utilización, preferencia y efectividad de las estrategias mismas que serán mostradas en este apartado de la investigación para la respectiva constancia y aporte científico de esta investigación:

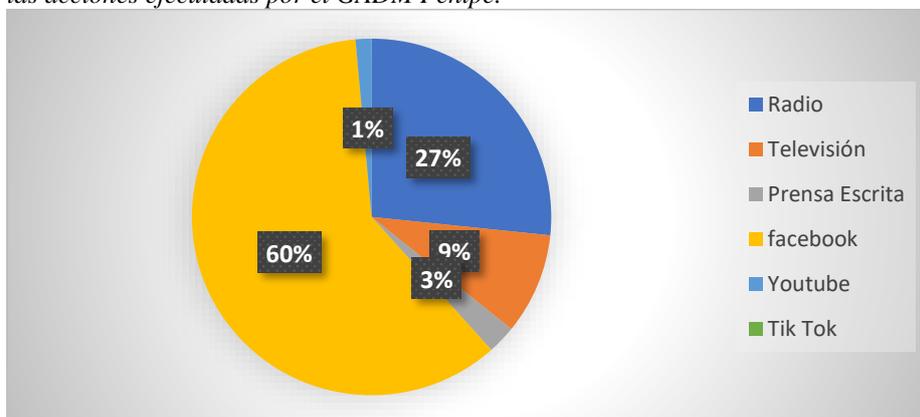
*Gráfico 12: Resultados obtenidos en base a la efectividad de las estrategias comunicacionales aplicadas por la Municipalidad de Penipe para promocionar la inmunización.*



**Fuente:** Público externo Penipe.

**Elaborado por:** Leidy Jara

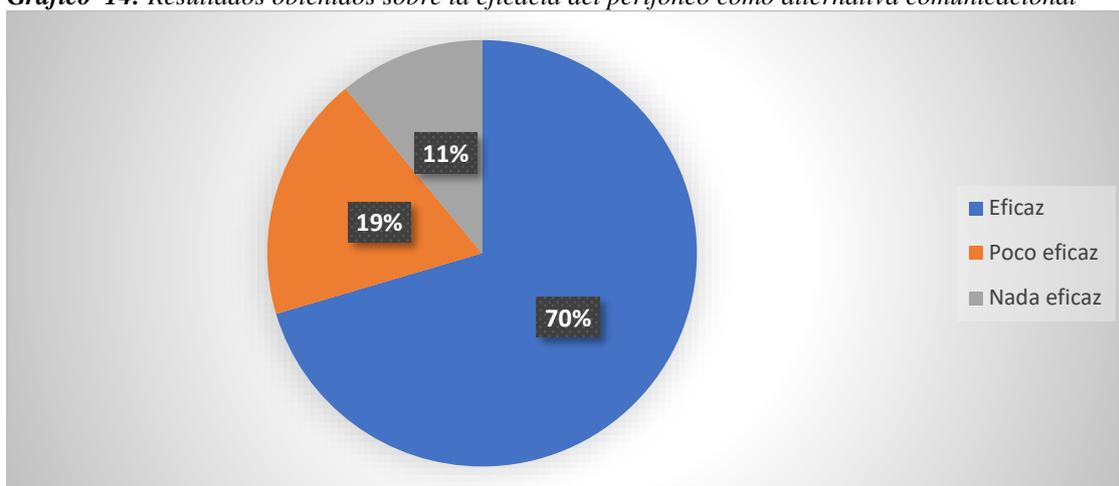
*Gráfico 13: Resultados obtenidos en base a los medios que utilizaron las personas para informarse sobre las acciones ejecutadas por el GADM Penipe.*



**Fuente:** Público externo Penipe.

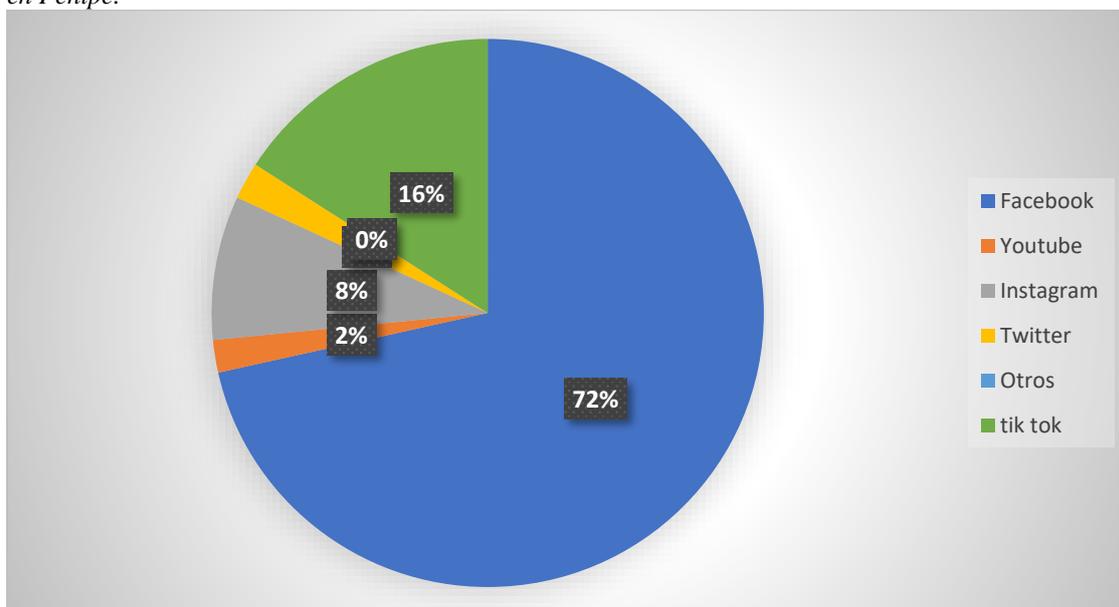
**Elaborado por:** Leidy Jara

**Gráfico 14:** Resultados obtenidos sobre la eficacia del perifoneo como alternativa comunicacional



**Fuente:** Público externo Penipe.  
**Elaborado por:** Leidy Jara

**Gráfico 15:** Resultados obtenidos en base a la identificación de la red social más utilizada por las personas en Penipe.



**Fuente:** Público externo Penipe.  
**Elaborado por:** Leidy Jara

**Tabla 14:** Resultados obtenidos en base a la identificación de las estrategias utilizadas por el GADM Penipe para un buen manejo de la comunicación interna y externa en tiempos de pandemia.

Entrevistados	Estrategias identificadas
<b>Vinicio Bastidas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilización de la WhatsApp</li> <li>Grupos entre autoridades y presidentes de los GAD`s parroquiales</li> <li>Grupos de chats entre presidentes y comunidades de las diferentes parroquias.</li> <li>Grupos entre el personal del GAD Penipe</li> </ul>
<b>Jesenia Cárdenas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compartir la información en los estados personalizados de cada uno de los integrantes del GAD.</li> </ul>
<b>Iván Acosta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perifoneo en las diferentes parroquias en base a las rutas planificadas y establecidas</li> <li>Mantenimiento Activa de la página de Facebook para difundir la información</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de una cuenta de Tiktok</li> <li>• Instalación de pantallas informativas en la parte principal de la institución</li> <li>• Apoyo de radio Volcán con contratación de 10 pasadas diarias de 5 meses para llegar a sectores que no había redes sociales.</li> <li>• Reuniones comunitarias vía ZOOM.</li> <li>• Creación de grupos de WhatsApp</li> </ul>
--	--

**Fuente:** Público externo Penipe.

**Elaborado por:** Leidy Jara

Al ser una investigación cuali-cuantitativa, se puede deducir que la investigación partió de una observación previa sobre los acontecimientos ocurridos durante el proceso de confinamiento, desde el inicio de la pandemia hasta el periodo de enero a junio de 2022, que es donde se enfoca la investigación, llegando a obtener como resultados en las encuestas aplicadas que las redes sociales más utilizadas fueron el WhatsApp, Facebook, Zoom y el Perifoneo, se puede observar una parte de las estrategias identificadas en una matriz de análisis en base a las entrevistas aplicadas a los expertos, mientras que los resultados de algunas de las preguntas relacionadas al usos de las redes sociales como estrategias de comunicación resaltan que el 60% de las personas utilizaron la herramienta de Facebook para el consumo de la información sobre el covid-19, en cuanto a la eficacia del perifoneo un 70% de las personas encuestadas dijeron que esta estrategia fue factible, en especial para la difusión sobre el proceso de vacunación en el sector.

## CONCLUSIONES

Luego de haber investigado y analizado las opiniones de los diferentes expertos y los datos de las tabulaciones aplicadas en las encuestas se concluyó que las redes sociales son herramientas de primera mano hoy en día ya que a través de esta se puede generar mucha expectativa sobre los acontecimientos ya sean conocidos o desconocidos y en base a los hechos expuesto o informados las personas que utilizan las redes sociales como herramientas de información pueden inclusive llegar a tomar decisiones.

A diario son más las empresas que cuentan con profesionales para la gestión y manejo de sus perfiles, pues están de acuerdo que las redes sociales son muy eficaces para la difusión de la información, por lo que varios son los motivos para que esta tendencia de usar las redes sociales se haya establecido de manera permanente en la vida institucional, pues con la aparición del covid-19, la virtualidad llegó a formar parte de nuestras vidas ocasionando gran incidencia laboral.

**DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERESES:** Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bastidas, V. (25 de Mayo de 2023). Comunicación interna y externa . (L. Jara, Entrevistador)  
Cárdenas, J. (02 de 06 de 2023). Estrategias comunicacionales y su importancia en el proceso comunicativo . (L. Jara, Entrevistador)  
Diario Los Andes. (13 de 04 de 2020). Penipe registra un primer contagio. *Penipe registra un primer contagio.*  
Pérez, R. A. (2001). *Estrategias de comunicaiación* .

## REFERENCIAS

- Barrionuevo Ojeda, D. (2023) *Tratamiento informativo de los temas ambientales en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Riobamba, periodo 1990 - 2000.* (Tesis de Grado) Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba, Ecuador.  
Cortés Castillo, L. M. (2014). *Conocimiento, poder, comunicación y su relación con el ordenamiento territorial.* Venezuela: Fundación Miguel Unamuno y Jugo.  
Diario Los Andes. (06 de julio de 2020). Buscan evitar más contagios de Covid en Penipe. *Buscan evitar más contagios de Covid en Penipe.*  
Durkheim, É. (1910). *Análisis funcional sobre la teoría funcionalista.*  
Elvis F Ríos P. Héverd A Páez Q & Jairo F Barbos T. (2020). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: Diseño, Ejecución y Seguimiento.* (J. C. Aparicio, Ed.) Colombia: REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía - Capítulo Estados Unidos.  
Esteban Ortiz Prado, & R. (2020). Impacto de la covid en el Ecuador: De los datos inexactos a las muertes en exceso. *Revista Ecuatoriana de Neurología*, 4. Obtenido de

<https://revecuatneurolog.com/wp-content/uploads/2020/11/2631-2581-rneuro-26-02-00008.pdf>

Esteban, A. G., Narros, M., Olarte, Cristina, Reinares, Eva, . . . Manuela. (2008). *Principios de marketing*. España.

Estévez, M. A. (2006). *La Investigación Científica en la Actividad Física: su Metodología*. La Habana- Cuba.

Feria Ávila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). *LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA?*

Fundora, Mirabal, & Becerra & Arávalos. (2015). Estrategia de comunicación para las revistas científicas del CENSA. Ciencias de la información, En C. d. Varela".

Hernández, J. C. (2001). *Teorías de la comunicación*.

Idalberto Chiavenato. (2006). *La Comunicación*.

Jesús García Jiménez. (2015). *La Comunicación Interna*.

José Valle. (06 de Julio de 2020). Buscan evitar más contagios de Covid en Penipe. *Buscan evitar más contagios de Covid en Penipe*.

La Prensa. (2 de 04 de 2021). *La Prensa Chimborazo*. Obtenido de La Prensa Chimborazo: <https://www.laprensa.com.ec/contagiados-en-gadm-penipe/>

La Prensa Chimborazo. (13 de abril de 2020). Primer Caso de Covid en Penipe. *Covid en Penipe*.

Lanuez M y Fernández, E. (2014). *Metodología de la Investigación Educativa*. La Habana - Cuba.

López Noguero, F. (2009). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI - Revista de Educación*, 167.

Magalí Katz, G. S. (2019). *La técnica de encuesta: características y aplicaciones*.

María del Socorro Fonseca. (2000). Definición de la Comunicación. En L. M. Cortés Castillo, *Conocimiento, poder, comunicación y su relación con el ordenamiento territorial*.

Ministerio de Salud del Ecuador. (2021). *Análisis espacial de contagios de Covid-19 en la Provincia de Chimborazo*.

Naciones Unidas. (2019). Coronavirus y sus definiciones. *PAHO*.

OMS, O. M. (31 de 12 de 2019). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>

Paulina Fernanda Bolaños Logroño, C. E. (2022). *Análisis espacial de contagios de Covid - 19 en la Provincia de Chimborazo*. Riobamba.

Real Academia Española. (2020). Estrategias de Comunicación: conceptos, complementos y estructura. En E. F. T, *Elvis F. Ríos P. / Héverd A. Páez Q. / Jairo F. Barbos T* (pág. 82). Colombia : Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Santos Gracia. (2022). *Elementos de la comunicación*.

Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (29 de 02 de 2020). *Gobierno del Ecuador*. Recuperado el 28 de 05 de 2023, de Gobierno del Ecuador: <https://www.comunicacion.gob.ec/se-registra-el-primer-caso-de-coronavirus-en-ecuador/#:~:text=Sin%20embargo%2C%20as%C3%AD%20como%20ya,29%20de%20febrero%20en%20Guayaquil>.

Soto Estévez, L. F. (2022). *EL TRATAMIENTO INFORMATIVO SOBRE LA CRISIS MIGRATORIA DE VENEZOLANOS A ECUADOR EN LAS NOTICIAS PUBLICADAS POR DIARIO EL COMERCIO, PERIODO 2018*. Riobamba : Universidad Nacional De Chimborazo .

## ANEXOS

### ANEXO 1: ENTREVISTA A YESENIA CÁRDENAS

#### a. Fotografía



### ANEXO 2: ENTREVISTA AL MSC. VINICIO BASTIDAS (COMUNICADOR DEL GAD PENIPE)

#### a. Fotografía

### ANEXO 3: ENTREVISTA A CIUDADANÍA DE PENIPE



#### a. Fotografía

