



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA PERCEPCIÓN  
CIUDADANA DE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPALIDAD DE AMBATO”**

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

**AUTORA:**

Alba Alexandra Azanza Pérez

**TUTOR:**

Dr. Mg. Walter Francisco Viteri Torres

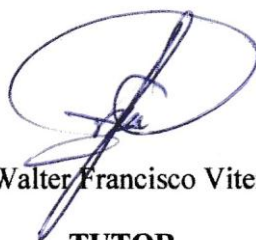
Ambato – Ecuador

2017

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema: **“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA PERCEPCIÓN CIUDADANA DE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPALIDAD DE AMBATO”**, de la Srta. Alba Alexandra Azanza Pérez, egresada de la carrera de Comunicación Social, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 31 de abril de 2017



Dr. Mg. Walter Francisco Viteri Torres

**TUTOR**

## **AUTORÍA DE TESIS**

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación **“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA PERCEPCIÓN CIUDADANA DE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPALIDAD DE AMBATO”** de la Srta. Alba Alexandra Azanza Pérez, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Ambato, 5 de marzo de 2017



Alba Alexandra Azanza Pérez

C.I 1717879553

**LA AUTORA**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga de esta tesis o parte de ella, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los Derechos de línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 5 de marzo de 2017



Alba Alexandra Azanza Pérez

C.I 1717879553

**LA AUTORA**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: **“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA PERCEPCIÓN CIUDADANA DE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPALIDAD DE AMBATO”**, presentado por la Srta. Alba Alexandra Azanza Pérez, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, .....

Para constancia firman:

.....  
Presidente

.....  
Miembro

.....  
Miembro

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco primero a Dios por la fortaleza y sabiduría que me ha regalado para superar todas las adversidades.

Al amor de mi vida Santiago Rivera, quien siempre me apoyó incondicionalmente para que luche y logre todo lo que me proponga.

A mis padres y hermanas por su amor y confianza que nunca me faltaron para continuar.



**Alba Alexandra Azanza  
Pérez**

## ÍNDICE GENERAL

### A.- PÁGINAS PREELIMINARES

#### Página

Portada .....	i
Certificación del Tutor .....	ii
Autoría de tesis .....	iii
Derechos de autor .....	iv
Aprobación del Tribunal de Grado .....	v
Agradecimientos .....	vi
Índice general .....	vii
Índice de cuadros .....	viii
Índice de gráficos .....	xii
Resumen Ejecutivo .....	xiii
Abstract .....	xiv

### B.- TEXTO

Introducción.....	1
-------------------	---

### CAPÍTULO I – EL PROBLEMA

Tema de investigación .....	3
Planteamiento del problema .....	3
Contextualización.....	3
Macro.....	3
Meso .....	5
Micro.....	6
Análisis crítico .....	8
Prognosis.....	9
Formulación del problema .....	10
Preguntas directrices .....	10
Delimitación del objeto de investigación .....	10
Justificación.....	11
Objetivos .....	12

## **CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO**

Antecedentes investigativos .....	13
Fundamentación filosófica .....	14
Fundamentación legal .....	15
Categorías fundamentales .....	19
Infraordinación de variables .....	19
Comunicación .....	20
Comunicación Social .....	22
Niveles de la comunicación .....	24
Comunicación Organizacional .....	27
Importancia de la comunicación organizacional .....	30
Modalidades .....	31
Departamento de comunicación .....	33
Medios estratégicos .....	35
Categorías de la variable dependiente .....	37
Ciudadanía .....	37
Participación ciudadana .....	39
Percepción ciudadana .....	41
Importancia de la percepción ciudadana .....	44
Gobierno local .....	45
Medición .....	48
Hipótesis .....	51
Señalamiento de variables .....	51

## **CAPÍTULO III – METODOLOGÍA**

Modalidad básica de la investigación .....	52
Nivel de investigación .....	53
Población y muestra .....	53
Operacionalización de variables .....	56
Plan de recolección de información .....	58
Técnicas e instrumentos de investigación .....	59
Plan de procesamiento de la información .....	60



## **CAPÍTULO IV – ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Análisis e interpretación de resultados .....	62
Encuesta N° 1 .....	62
Entrevista .....	74
Encuesta N° 2 .....	79
Verificación de la hipótesis .....	93
Nivel de significancia .....	93
Elección de la prueba estadística .....	94
Cruce de variables .....	94
Cálculo de Chi Cuadrado .....	96
Tabla de Distribución de Chi Cuadrado .....	97
Conclusión.....	98

## **CAPÍTULO V – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Conclusiones .....	99
Recomendaciones .....	100

## **CAPÍTULO VI – PROPUESTA**

Datos informativos .....	102
Antecedentes de la propuesta .....	102
Justificación.....	103
Objetivos .....	104
Análisis de la factibilidad.....	104
Fundamentación .....	107
Radio .....	107
Producción radiofónica .....	107
Guión técnico .....	108
Municipio .....	108
Gestión municipal .....	108

Comunicación pública .....	109
Comunicación política .....	109
Servicios públicos .....	110
Participación ciudadana .....	110
Fanspage .....	110
Modelo Operativo .....	112
Administración .....	118
Previsión de la evaluación .....	118
Presupuesto .....	119

**C. MATERIALES DE REFERENCIA**

Bibliografía .....	120
--------------------	-----

Anexos

Paper

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Operacionalización de variable independiente .....	56
Cuadro N° 2 Operacionalización de variable dependiente .....	57
Cuadro N° 3 Plan de recolección de información .....	58
Cuadro N° 4 Situación de Ambato .....	62
Cuadro N° 5 Mejoramiento de la ciudad .....	64
Cuadro N° 6 Relación con el medio .....	65
Cuadro N° 7 Relación profesional .....	67
Cuadro N° 8 Labor periodística .....	68
Cuadro N° 9 Jefatura de comunicación .....	70
Cuadro N° 10 Comunicación organizacional .....	71
Cuadro N° 11 Matriz de entrevista .....	74
Cuadro N° 12 Situación de Ambato .....	79
Cuadro N° 13 Plan de obras .....	81
Cuadro N° 14 Cambios significativos .....	82
Cuadro N° 15 Imagen deteriorada .....	84
Cuadro N° 16 Gestión municipal .....	85
Cuadro N° 17 Satisfacción .....	87
Cuadro N° 18 Medios .....	88
Cuadro N° 19 Participación ciudadana .....	90
Cuadro N° 20 Opinión .....	91
Cuadro N° 21 Fusión de los dos conjuntos de datos .....	95
Cuadro N° 22 Cruce de variables .....	96
Cuadro N° 23 Chi Cuadrado .....	96
Cuadro N° 24 Tabla de Distribución de Chi Cuadrado .....	97
Cuadro N° 25 Modelo Operativo .....	112
Cuadro N° 26 Guión técnico de programa radial .....	114
Cuadro N° 27 Previsión de la evaluación .....	118
Cuadro N° 28 Presupuesto .....	119

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Análisis crítico .....	8
Gráfico N° 2 Supraordinación de variables.....	19
Gráfico N° 3 Infraordinación de variable independiente.....	19
Gráfico N° 4 Infraordinación de variable dependiente.....	20
Gráfico N° 5 Situación de Ambato.....	63
Gráfico N° 6 Mejoramiento de la ciudad .....	64
Gráfico N° 7 Relación con el medio .....	66
Gráfico N° 8 Relación profesional .....	67
Gráfico N° 9 Labor periodística .....	69
Gráfico N° 10 Jefatura de comunicación .....	70
Gráfico N° 11 Comunicación organizacional .....	72
Gráfico N° 12 Situación de Ambato.....	80
Gráfico N° 13 Plan de obras .....	81
Gráfico N° 14 Cambios significativos.....	83
Gráfico N° 15 Imagen deteriorada .....	84
Gráfico N° 16 Gestión municipal .....	86
Gráfico N° 17 Satisfacción .....	87
Gráfico N° 18 Medios .....	89
Gráfico N° 19 Participación ciudadana .....	90
Gráfico N° 20 Opinión .....	92
Gráfico N° 21 Fanspage El Lunes de Ambato.....	117

**TEMA: “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA PERCEPCIÓN  
CIUDADANA DE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPALIDAD DE AMBATO”**

**RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación está enfocada en estudiar la influencia de la comunicación organizacional de la Municipalidad de Ambato en la percepción ciudadana que tienen los habitantes de la parroquia urbana La Matriz respecto a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (GADMA). Para llegar a la solución de dicho problema se ha optado por utilizar metodología de enfoque cualitativo y cuantitativo en donde se aplicarán encuestas a los periodistas-reporteros de la ciudad de Ambato y a los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato, y una entrevista a una periodista institucional del GADMA.

Una vez analizados e interpretados los datos obtenidos se pudo determinar que, en el ejercicio de reportería los periodistas están al tanto de lo que sucede dentro y fuera del GADMA, por lo que es importante su percepción y coinciden en que es deficiente el desarrollo de la comunicación organizacional y el trabajo que desarrolla la Jefatura de Comunicación Institucional. Por otra parte, la ciudadanía en su mayoría, no se siente escuchada y considera que su opinión no es tomada en cuenta para las decisiones que adopta el Municipio y tampoco se siente partícipe en las decisiones que éste toma, por lo que ignoran cualquier forma de participación ciudadana, incidiendo en el bajo nivel de satisfacción sobre la gestión pública municipal ya que la califican entre regular y mala.

Es por este motivo que se recomienda dar a conocer los servicios municipales de las direcciones y departamentos pertenecientes al GADMA a través de un medio de comunicación masiva y generar un mecanismo de participación en el que la ciudadanía sienta que su opinión es tomada en cuenta. Por lo que se decide producir un programa radial interactivo para la difusión de servicios públicos del GADMA y de participación ciudadana de los habitantes del cantón Ambato.

**Palabras claves:** Comunicación organizacional, comunicación, percepción ciudadana, percepción, ciudadanía, gestión municipal, participación ciudadana.

**TOPIC: "THE ORGANIZATIONAL COMMUNICATION AND THE CITIZEN PERCEPTION OF THE MANAGEMENT OF DECENTRALIZED AUTONOMOUS GOVERNMENT MUNICIPALITY OF AMBATO"**

**ABSTRACT**

The present study studies the influence of the organizational communication of the Municipality of Ambato on the citizen perception of the inhabitants of the urban parish La Matriz regarding the management of the Decentralized Autonomous Government Municipality of Ambato (GADMA).

In order to arrive at a solution to the problem, we have chosen to use quantitative and qualitative approach methodology, through surveys of the journalists-reporters in the city and the inhabitants of the urban parish La Matriz in the canton of Ambato, and the interview with an institutional journalist GADMA. Methodological resources that allowed obtaining relevant information. Once the data obtained from the perception were analyzed and interpreted, it was determined that journalists are aware of what happens inside and outside the GADMA and that they coincide in the deficiency of the processes of organizational communication and the work of The Head of Institutional Communication. On the other hand, most citizens do not feel heard and consider that their opinion is not taken into account for the decisions adopted by the Municipality and does not feel involved in them, which is why public participation is ignored, In the low level of satisfaction regarding the municipal public management qualified between regular and bad.

With the results obtained, it is recommended to publicize the municipal services of the directions and departments belonging to the GADMA through a mass media of communication, which contributes to generate a mechanism of participation in which the citizens feel that their opinion is taken consider. Therefore it is suggested the production of a weekly interactive radio program for the dissemination of public services of the GADMA and citizen participation of the inhabitants of the canton Ambato.

**Key words:** Organizational communication, citizen perception, municipal management, citizen participation.

## INTRODUCCIÓN

La investigación tiene como objetivo principal estudiar la influencia de la comunicación organizacional de la Municipalidad de Ambato en la percepción ciudadana que tienen los habitantes de la parroquia urbana La Matriz sobre la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (GADMA).

En el **Capítulo I**, Problema, se desarrolla la contextualización latinoamericana sobre la comunicación organizacional y la percepción ciudadana, de igual forma en Ecuador y la ciudad de Ambato; la prognosis, formulación del problema, preguntas directrices, su delimitación y la justificación de la investigación; así mismo el objetivo general y los específicos.

En el **Capítulo II**, Marco Teórico, contiene los antecedentes de la investigación, la fundamentación filosófica, la fundamentación legal determinada en la Constitución del Ecuador (2008) y en la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2010, además las categorías fundamentales con la fundamentación teórica de cada uno de las variables de investigación, y por último se define la hipótesis de la investigación seguido de la determinación de variables.

En el **Capítulo III**, Metodología, se especifica el enfoque cualitativo y cuantitativo, la modalidad básica de la investigación aplicando un estudio: de campo, bibliográfico y documental; el tipo de investigación: exploratorio, descriptivo y correlacional; la población y muestra determinando 378 encuestados en la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato y 19 periodistas-reporteros de la ciudad; seguido de la Operacionalización de variables, y el plan de recolección y procesamiento de información en el software del programa estadístico IBM SPSS.

En el **Capítulo IV**, Análisis e interpretación de resultados, se incluyen en gráfica de barras y cuadros provenientes del software IBM SPSS seguido de su análisis a cada

una de las preguntas de los dos tipos de encuestas (reporteros y ciudadanía) y de la entrevista a una periodista institucional del GADMA. Por último la verificación de la hipótesis mediante el método de Chi Cuadrado.

En el **Capítulo V**, Conclusiones y recomendaciones, después de procesar y analizar la información se establece las principales conclusiones de la investigación en base a los resultados de la entrevista y las dos encuestas. Con la principal recomendación de dar a conocer los servicios municipales de las direcciones y departamentos pertenecientes al GADMA a través de un medio de comunicación masiva y generar un mecanismo de participación en el que la ciudadanía sienta que su opinión es tomada en cuenta.

En el **Capítulo VI**, Propuesta, se plantea la producción de un programa de radio para la difusión de servicios públicos municipales del GADMA y la participación ciudadana de los habitantes del cantón Ambato.

En los Materiales de Referencia se incluye la bibliografía y los anexos correspondientes, el cuestionario de preguntas para la entrevista y los dos tipos de encuestas para la ejecución de la investigación. Además la inclusión del Paper como refuerzo de la misma con sus distintos elementos: introducción, planteamiento teórico, conclusiones y bibliografía.

**Lineamientos de la investigación:** Teoría de la Comunicación.



# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Tema**

La comunicación organizacional y la percepción ciudadana de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato de la zona urbana del cantón Ambato.

### **Planteamiento del problema**

### **Contextualización**

#### ***Macro***

En **América Latina**, la comunicación organizacional como campo de estudio avanza de manera significativa en los últimos años, prueba de ello, es el surgimiento de diferentes miradas, enfoques y perspectivas que permiten comprenderla hoy como un fenómeno determinante de las interacciones humanas y, como tal, posibilitador de transformaciones en múltiples dimensiones.

Las organizaciones públicas y privadas por el hecho de actuar y desenvolverse en sociedad se ven obligadas a comunicar de forma inevitable, digamos que tienen una vertiente comunicativa de la que no pueden prescindir y que forma parte de ellas. Por ende, la comunicación organizacional goza de una tradición tan extensa como las propias instituciones.

Independientemente de su actividad y objetivo principal, “toda institución realiza y precisa de la comunicación porque necesita relacionarse con sus destinatarios -internos y externos-. Para ello, elabora y difunde productos y servicios de naturaleza informativa que pretenden satisfacer demandas de información” (Gutiérrez, 2006).

En Colombia, la percepción ciudadana en el caso de las municipalidades es el referente que más se acerca al gobierno y es la institución pública con mayor demanda de servicios, lo que hace que su imagen sea favorecida. Pero diversos estudios señalan que a pesar de que estos organismos han gozado de confianza por parte de la gente, estos niveles han tendido a reducirse durante la última década.

En Perú, estudios de opinión pública para evaluar la gestión a instituciones públicas y municipios demuestra que, el 68% de la población urbana del país desaprueba la gestión de las actuales administraciones, frente a un 25% que aprueba y a un 7% que no sabe o no opina.

En Venezuela, un estudio de percepción de la comunidad sobre la gestión municipal en el estado Anzoátegui-Venezuela, indicó que la participación ciudadana y la respuesta a las necesidades son los factores más importantes que afectan la percepción de la gente a la hora de evaluar a los gerentes públicos locales, en todos los municipios de la zona oriental del estado Anzoátegui.

Similarmente, en Costa Rica, un estudio de percepción sobre la gestión de la Municipalidad de Puntarenas se evidenció que existen necesidades de información por parte del pueblo puntarenense por entender las competencias municipales y su gestión. Preocupa que, del total de individuos, solamente, un 14% la calificó de buena, el resto de mala a regular porque argumentan la poca unión entre este gobierno local y las comunidades.

A pesar de los aportes para mejorar la percepción que tiene la ciudadanía sobre los municipios, poco o nada ha avanzado durante estos últimos años, a pesar de la autonomía y descentralización que se ha dado a los municipios.

La región se encuentra prácticamente en la misma situación que diez años atrás, a pesar de la retórica a favor de la descentralización; así, las principales fuentes de ingreso de los gobiernos municipales y los servidores públicos continúan en manos de los gobiernos nacionales. En síntesis, se puede afirmar que en todos los países latinos, sin excepción, el traslado de competencias y funciones a las municipalidades, que es un componente medular de la descentralización, marcha a un ritmo excesivamente lento.

(CIESPAL, 2011, p.152).

### *Meso*

**Ecuador**, es un país donde los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) son instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana. Los GADs están organizados en: regionales, provinciales, cantonales y parroquiales.

“Los municipios renuevan cada cuatro años a las personas que asumen la responsabilidad de dirigirlos. El nuevo equipo llega a la alcaldía tras una campaña electoral que ha mostrado maneras distintas y aún contrapuestas de ver el futuro de la población” (Badía, 2001).

La gestión de los alcaldes se ve reflejada en los GADs, por ende depende de las estrategias comunicacionales que aplique el departamento de comunicación para lograr la aceptación de la ciudadanía.

La comunicación organizacional es un género comunicacional, que por su forma y contenido intenta personalizar, distinguir y hacer conocer a una institución. Es aquella que se desarrolla en el seno de una institución, destinada

a interconectar tanto a los públicos internos como externos y a ambos entre sí. Constituyen un proceso permanente que la organización debe asumir y desarrollar. De la buena relación con sus públicos depende el éxito de la gestión institucional.

(CIESPAL, 2006, p.158)

Para que una comunicación organizacional sea adecuada y cumpla con sus objetivos debe surgir como consecuencia de una planeación, tanto de análisis y formulación del mensaje a transmitir como su origen y objetividad; además de que la persona que se comunicará debe elegir el canal de comunicación más conveniente así como el espacio de tiempo indicado para la transmisión de la información, y de esta forma detener la resistencia al cambio.

### ***Micro***

El **cantón Ambato**, se rige por una Municipalidad según lo estipulado en la Constitución De la República del Ecuador. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (GADMA) es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central.

El alcalde Luis Amoroso Mora, es la máxima autoridad administrativa y política del cantón Ambato. Es la cabeza del cabildo y representante del Municipio, elegido por voto popular en el año 2014, y ha sido blanco de varias manifestaciones y protestas de rechazo, a razón de decisiones tomadas dentro de su administración.

En el 2016, la percepción ciudadana respecto a la gestión municipal ha sido motivo de preocupación dentro del GADMA, ya que a pesar de las actividades que realizan para mantenerse comunicados con la ciudadanía, no está siendo recibida de la misma manera en que se proyecta.

Al colaborar dentro de la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA, se perciben deficiencias en la dinámica comunicacional, específicamente en el desarrollo de la comunicación organizacional. Para sintonizar con los ciudadanos, la Administración cuenta con las técnicas que le brinda la comunicación, pero todos sabemos que en muchos casos estos instrumentos no son utilizados en todas sus potencialidades. Badía (2001) afirma:

Son tres al menos los peligros que se presentan cuando el hacer las cosas absorbe toda la energía de los dirigentes, sin dejar tiempo a comunicarlas:

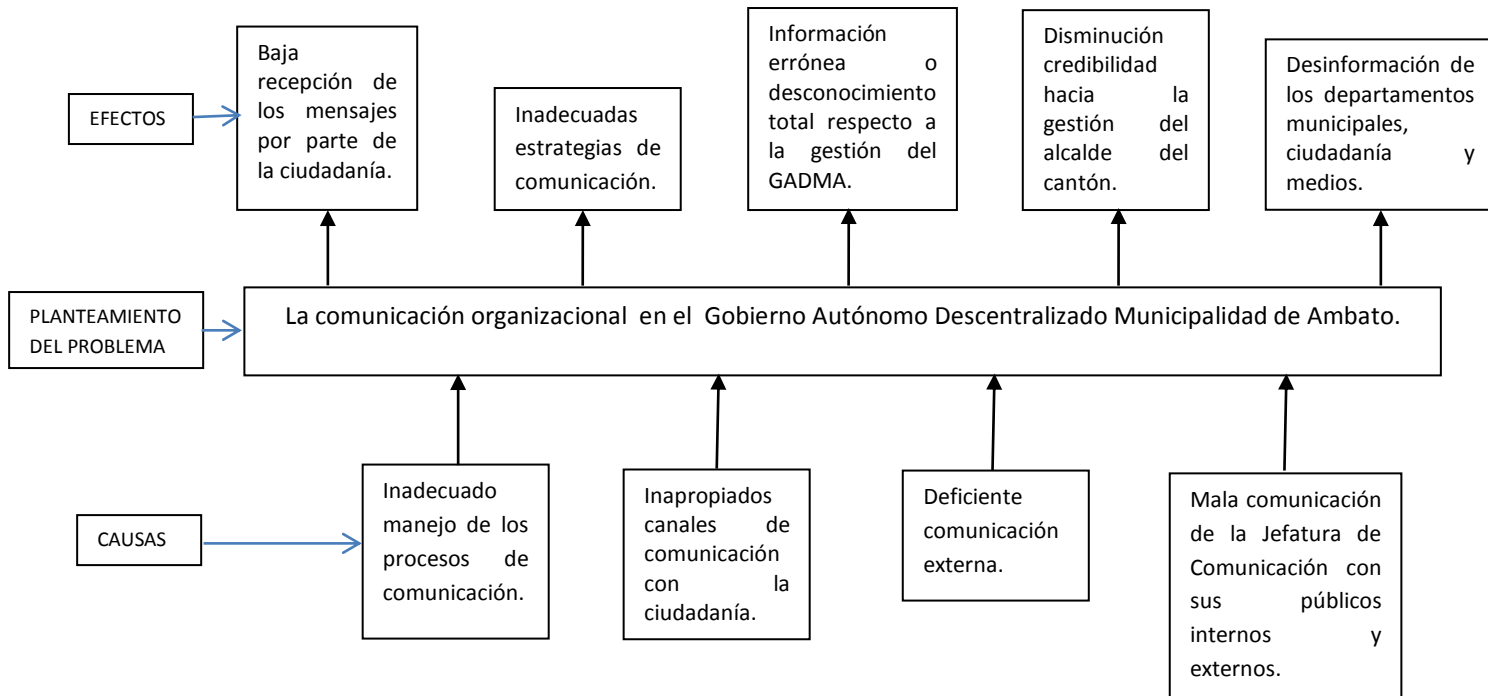
- a) Que se haga una buena gestión y que no sea lo suficiente valorada porque no se ha sabido explicar.
- b) Que el municipio ofrezca unos buenos productos y servicios al interior y al exterior de la población pero que no se logren niveles aceptables de usuarios.
- c) Que las exigencias de la gestión lleven a que los dirigentes se aíslen de los ciudadanos en lugar de abrir nuevos lazos y fomentar la relación.(p.249)

Este sentir por parte de la ciudadanía se ha visto reflejado, tras constantes ataques a la gestión del alcalde Luis Amoroso Mora, para quien hubo un pedido de revocatoria de mandato el 20 de mayo de 2016, y el cual fue rechazado por parte del Consejo Nacional Electoral.

El 8 de julio de 2015, el Observatorio Económico y Social de Tungurahua (Obest) de la Universidad Técnica de Ambato (UTA) presentó los resultados del segundo sondeo de opinión ciudadana sobre la imagen de Instituciones, Autoridades y Aspectos Locales en la Zona Urbana del cantón Ambato, el mismo que arrojó que el GADMA se ubicó en el noveno puesto con el 56,6% de entre 10 instituciones de la provincia de Tungurahua.

El 14 de diciembre de 2016, en un sondeo de opinión ciudadana realizado por la UTA sobre la imagen de instituciones con más credibilidad, el Municipio de Ambato obtuvo el 55%, porcentaje similar al del año pasado.

### Análisis crítico



### Gráfico N° 1. Análisis crítico

Elaborado por: Alba Alexandra Azanza Pérez

Fuente: La Investigadora

La influencia de la comunicación organizacional en la percepción ciudadana de la gestión del GADMA, tiene como causas:

Un inadecuado manejo de los procesos de comunicación hace que la ciudadanía tenga una baja recepción de los mensajes respecto a la gestión del GADMA, ya que las estrategias comunicacionales aplicadas no son efectivas.

Utilizar inapropiados canales de comunicación con la ciudadanía para informar sobre la gestión del GADMA da paso a que ésta sea percibida erróneamente o a su vez no llegue en lo absoluto a su público.

Una deficiente comunicación externa, produce una disminución de la credibilidad de la gestión que realiza la Municipalidad.

Una mala comunicación del departamento de comunicación, en este caso la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA con sus públicos internos y externos ocasiona la desinformación de los departamentos y áreas del Municipio mismo al no estar al tanto de lo que sucede dentro de la institución, de los medios de comunicación para generar noticia y por ende de la ciudadanía, que son los principales a quienes se debe mantener informados sobre la gestión municipal.

### **Prognosis.**

La influencia de la comunicación organizacional en la percepción ciudadana de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato de la zona urbana del cantón Ambato puede provocar:

Una ciudadanía desinformada sobre lo que sucede en su ciudad, lo que conlleva a pensar que su máxima autoridad no está trabajando en ella y se produciría marchas, contramarchas, protestas, concentraciones y/o movilizaciones por parte de la población ambateña, debido a una recepción errónea de los mensajes de la actual administración.

Además bajaría el nivel de credibilidad de su máxima autoridad en la población, lo que provocaría una revocatoria de mandato, la ciudadanía puede acudir a otras instancias y al unirse la población a este pedido, podría aprobarse y la salida del

burgomaestre sería inmediata, reduciendo así las fuerzas municipales que se requirieren para enfrentar los problemas locales, en medio de una crisis económica nacional.

### **Formulación del problema.**

¿De qué manera influye la comunicación organizacional en la percepción ciudadana respecto a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato?

### **Preguntas directrices**

- ¿Cuál es el impacto que produce la deficiente comunicación organizacional en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato?
- ¿Cuál es la percepción ciudadana sobre la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato?
- ¿Cuáles serían las estrategias para mejorar la percepción ciudadana sobre la gestión del GADMA?

### **Delimitación del objeto de investigación**

#### ***Delimitación del Contenido.***

Campo: Comunicación Social

Área: Comunicación organizacional

Aspecto: Comunicación organizacional y la percepción ciudadana.



### ***Delimitación Espacial.***

El presente trabajo se realizará en la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato, provincia de Tungurahua. Por considerarse una zona estratégica en cuanto a la ubicación geográfica (céntrica) ya que se considera que está más al tanto de la gestión que realiza la Municipalidad.

### ***Delimitación Temporal.***

La investigación se llevará a cabo en el periodo comprendido entre el 25 de noviembre de 2016 y el 1 de julio de 2017.

### **Justificación**

La importancia de este trabajo radica en determinar cómo la comunicación organizacional del GADMA influye en la percepción ciudadana que tiene la población ambateña respecto a la gestión de la actual administración municipal.

El interés surgió tras realizar Prácticas de Formación Académica dentro de la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA, donde pretendo dar una solución a la problemática en curso.

Para lo cual, es factible realizarlo ya que cuenta con la apertura de la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA y su acceso a la información, punto clave para continuar con el trabajo.

El tema es nuevo, ya que si bien hay temas relacionados con la comunicación organizacional, pero no con la percepción ciudadana respecto a la gestión del GADMA.

La necesidad de la presente investigación, surge desde el interés ciudadano en mantenerse informado respecto a la gestión que realiza el Municipio y si es posible, participar en las decisiones que éste adopta.

El presente estudio causa relevancia social, ya que al mejorar la dinámica comunicacional entre Municipio y ciudadanía, se aúnan esfuerzos para el mejoramiento del cantón Ambato.

Los beneficiarios directos son la ciudadanía del cantón Ambato y las autoridades del GADMA.

## **Objetivos**

### **Objetivo general.**

Estudiar la influencia de la comunicación organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato en la percepción ciudadana de la zona urbana del cantón Ambato.

### **Objetivos específicos.**

1. Analizar el impacto que produce una deficiente comunicación organizacional a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato para desarrollar posibles soluciones.
2. Diagnosticar la percepción que tiene la ciudadanía de la zona urbana del cantón Ambato sobre la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato para poder generar propuestas coherentes.
3. Proponer una alternativa de solución al problema.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes investigativos**

Según Beltrán (2012) en su tema: La inadecuada planificación de la comunicación organizacional incide en el posicionamiento de la imagen corporativa de la institución financiera Cooperativa San Francisco Ltda. en el primer semestre del 2010, efectuado en la Universidad Técnica de Ambato concluye que: “la Institución no ha medido la Comunicación Externa, por lo que no puede establecer la percepción del público tanto socios como no socios acerca de la empresa. La comunicación organizacional está calificada entre buena y regular en un 90%, el proceso de comunicación interna es deficiente según la investigación, además de no contar con capacitación y programas de desarrollo para el talento humano”.

Así mismo Velín (2008) en su tesis para la obtención de Magister: La comunicación como eje para la Participación Ciudadana, en el Gobierno Local de Morona, concluye que: “la organización municipal mantiene una alineación vertical y piramidal con funciones establecidas, además de departamentos que trabajan de manera aislada dispersando los esfuerzos a favor de los objetivos comunes. Es por esto que existe en primer lugar, descoordinación departamental para trabajar en función de la ciudadanía. En segundo lugar, es necesaria por parte de la municipalidad la voluntad política para acercarse, escuchar y dar paso a ciertas propuestas ciudadanas. En tercer lugar, es importante contar con una comunidad que tenga organizaciones estructuradas que trabajen en el largo plazo, y no solo bajo lineamientos sectoriales y de corto plazo, razón por lo cual los lazos de comunicación se dispersan a medida que pasa el tiempo y no se logra concatenar un trabajo coordinado entre Municipio y ciudadanía”.

En el artículo científico de (García, 2009): Estudio de percepción sobre la gestión de la Municipalidad de Puntarenas-Costa Rica. Periodo 1997-2007 de la Universidad de

Costa Rica concluye que: “Existen necesidades de información por parte del pueblo puntarenense por entender las competencias municipales y su gestión. Preocupa que del total de individuos, solamente, un 14% la calificó de buena, el resto de mala a regular porque argumentan la poca unión entre este gobierno local y las comunidades. (...) La Municipalidad de Puntarenas está obligada a comunicar los logros y fracasos de su gestión, es alarmante que, 100% de encuestados no está al tanto de esta gestión (informe anual de rendición de cuentas).

Así mismo en el artículo científico de (Atay, González, Cáceres, Rodríguez, Montero, & Núñez, 2008) sobre un estudio de “Percepción de la comunidad sobre la gestión municipal en el estado Anzoátegui-Venezuela” se concluyó: “(...) la participación ciudadana y la respuesta a las necesidades resultaron ser los factores más importantes que afectan la percepción de la gente a la hora de evaluar a los gerentes públicos locales, en todos los municipios de la zona oriental del estado Anzoátegui”.

En el artículo científico de (Minguijón & Pac Salas, 2011) con el tema: Percepción ciudadana de la participación sociopolítica, de la universidad de Zaragoza, concluye que: “En primer lugar, la gente se siente más a gusto si es la protagonista, pero sólo cuando quiere. (...) Además, su modelo implícito de participación se asemeja a lo puntual, pero decisivo: a) mediante el voto que puede cambiar el gobierno, y b) mediante la manifestación, quiero que me escuchen y que “hagan lo que digo”. Y por último, recelan de todo aquello que suponga un compromiso a largo plazo y que implique una dedicación mayor de la que están dispuestos a asumir: a) no son proclives a las problemáticas generales, sino concretas, y b) se sienten más proclives a participar en aquello que sienten cercano”.

## **Fundamentación Filosófica**

El presente trabajo investigativo está orientado en el paradigma crítico propositivo, luego del análisis de datos recogidos se propondrá una posible solución al problema planteado.

Es crítico porque se cuestiona el desarrollo de la comunicación organizacional dentro del GADMA y su incidencia en la percepción ciudadana de un sector específico de la ciudad y propositivo porque plantea alternativas de solución a esta problemática.

### **Fundamentación legal**

La presente investigación está fundamentada en la Constitución del Ecuador (2008) en los artículos:

Sección Tercera de Comunicación e Información.

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

- 1.- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- 2.- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- 3.- La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- 4.- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- 5.- Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la Comunicación.

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

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

2.- Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas.

No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

En la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2010):

Art. 6.- Atribuciones en la promoción de la participación.- Al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social en la promoción de la participación ciudadana le corresponde:

1. Promover iniciativas de participación ciudadana de ecuatorianas y ecuatorianos en el país y en el exterior que garanticen el ejercicio de los derechos y del buen vivir; así como velar por el cumplimiento del derecho de la ciudadanía a participar en todas las fases de la gestión de lo público, en las diferentes funciones del Estado y los niveles de gobierno, por medio de los mecanismos previstos en la Constitución de la República y la ley.

2. Proponer a las diferentes instancias públicas, la adopción de políticas, planes, programas y proyectos destinados a fomentar la participación ciudadana en todos los niveles de gobierno, en coordinación con la ciudadanía y las organizaciones sociales.

3. Proponer, promover y facilitar procesos de debate y deliberación pública sobre temas de interés ciudadano, sea que hayan nacido de su seno o de la iniciativa

autónoma de la sociedad. Deberá, además, sistematizar los resultados de los debates, difundirlos ampliamente y remitirlos a las entidades competentes.

Art. 11.- Obligados a rendir cuentas.- Tienen la obligación de rendir cuentas las autoridades del Estado electas o de libre remoción, representantes legales de empresas públicas o personas jurídicas del sector privado que manejen fondos públicos o desarrollen actividades de interés público, sin perjuicio de la responsabilidad que tienen las y los servidores públicos sobre sus actos u omisiones.

En caso de incumplimiento por parte de las instituciones y entidades del sector público, el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social remitirá la queja a la Contraloría General del Estado para que inicie el proceso de investigación sobre la gestión de las autoridades obligadas, sin perjuicio de las sanciones previstas en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública por la negación de información.

Art. 12.- Monitoreo a la rendición de cuentas.- El Consejo deberá realizar acciones de monitoreo y seguimiento periódico a los procesos de rendición de cuentas concertados con las instituciones y la ciudadanía; analizar los métodos utilizados, la calidad de la información obtenida y formular recomendaciones. Los informes de rendición de cuentas de las instituciones y entidades del sector público, serán remitidos al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social en el plazo de treinta días posteriores a la fecha de presentación del informe, a fin de que se verifique el cumplimiento de la obligación y también se difunda a través de los mecanismos de los que dispone el Consejo.

Art. 13.- Atribuciones en el fomento a la transparencia y lucha contra la corrupción.- Son atribuciones del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social en lo relativo al fomento a la transparencia y lucha contra la corrupción lo siguiente:

1. Promover políticas institucionales sobre la transparencia de la gestión de los asuntos públicos, la ética en el uso de los bienes, recursos y en el ejercicio de las funciones públicas y el acceso ciudadano a la información pública.

2. Requerir de cualquier entidad o funcionario de las instituciones del Estado la información que considere necesaria para sus investigaciones o procesos. Las personas e instituciones colaborarán con el Consejo y quienes se nieguen a hacerlo serán sancionados de acuerdo a la ley.

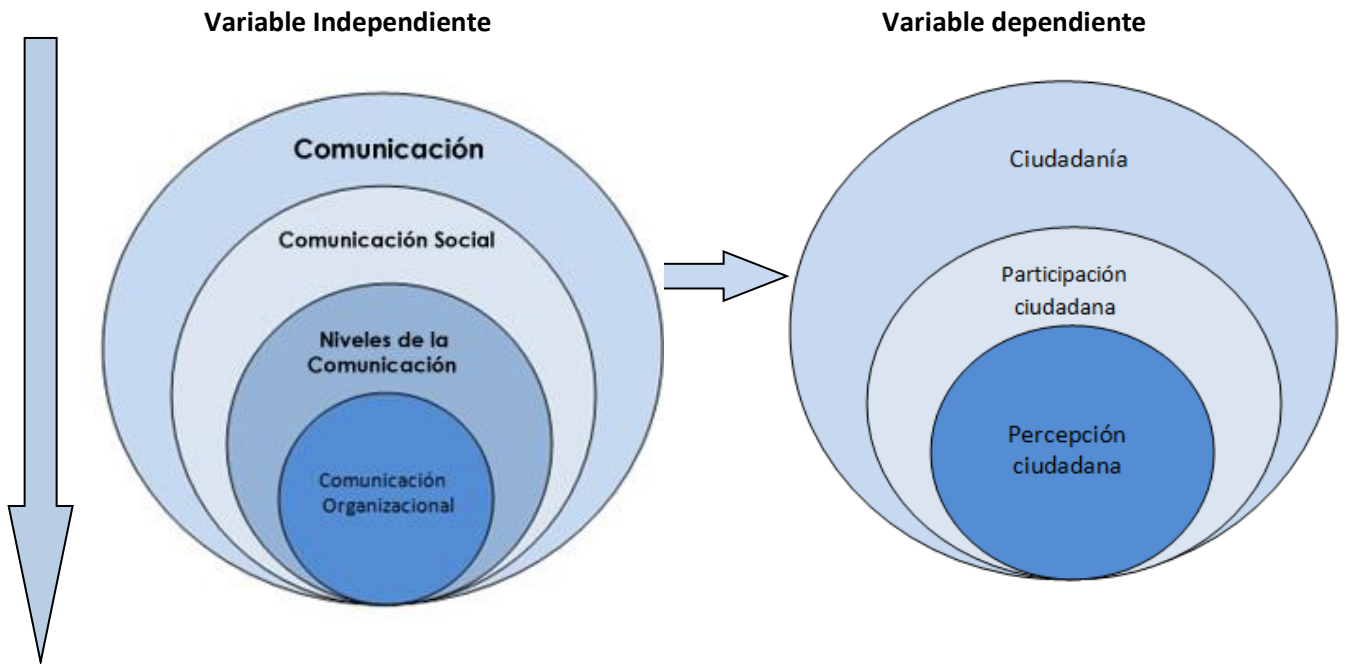
3. Las personas naturales o jurídicas de derecho privado que presten servicios o desarrollen actividades de interés público, que no entreguen la información de interés de la investigación dentro de los plazos establecidos en la Ley de Transparencia y Acceso a la información, serán sancionadas por el organismo de control correspondiente a petición del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, sin perjuicio de las acciones civiles o penales a que hubiere lugar.

4. Requerir de las instituciones del sector público la atención a los pedidos o denuncias procedentes de la ciudadanía así como investigar denuncias a petición de parte, que afecten la participación, generen corrupción o vayan en contra del interés social.



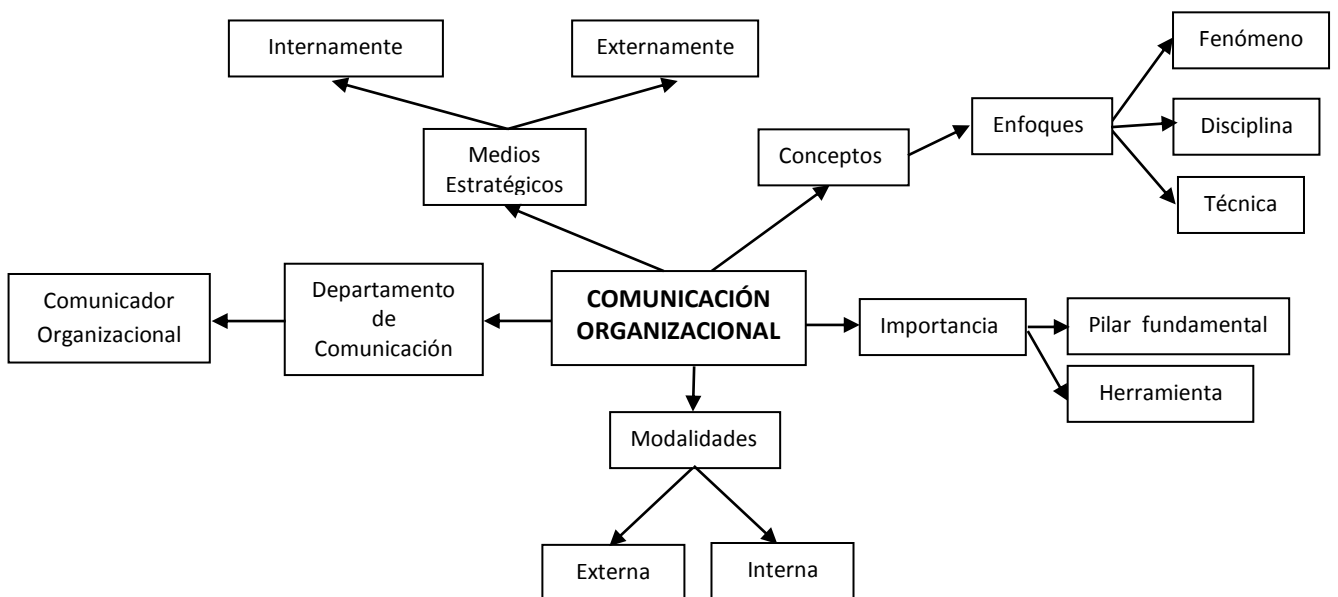
## Categorías Fundamentales

### Supraordinación de las variables:



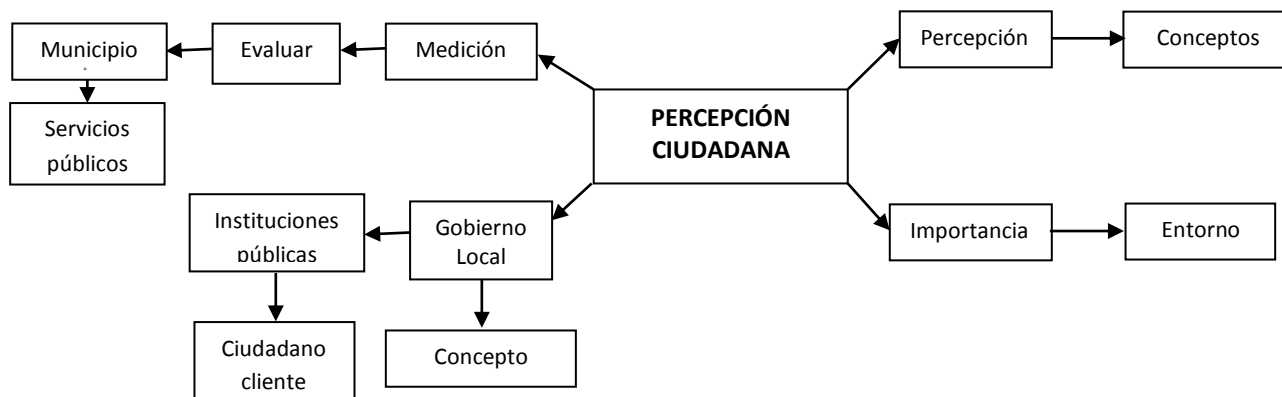
**Gráfico N° 2. Supraordinación de variables**  
**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez  
**Fuente:** La Investigadora

### Infraordinación de la variable independiente



**Gráfico N° 3. Infraordinación de variable independiente**  
**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez  
**Fuente:** La Investigadora

### Infraordinación de la variable dependiente



### Gráfico N° 4. Infraordinación de variable dependiente

Elaborado por: Alba Alexandra Azanza Pérez

Fuente: La Investigadora

### Categorías de la variable independiente

#### Comunicación

Bajo el concepto “comunicación”, en su sentido más amplio, debe entenderse el hecho fundamental de que los seres vivientes se hallan en unión con el mundo. Pero en general, en el lenguaje científico, se suele estrechar el concepto al hecho de que los seres vivientes se hallan en relación entre sí, de que pueden comunicarse, que son capaces de expresar el proceso y situaciones interiores; y dar a conocer, a las otras criaturas, las circunstancias o también animarlas a un comportamiento específico (Maletzke G., 1992).

“Bajo comunicación se entiende aquí el mecanismo por medio del cual existen y se desarrollan relaciones humanas; es decir, todos los símbolos de la mente junto con los medios para transmitirlos a través del espacio y preservarlos en el tiempo” (Como se citó en Maletzke G., 1992, p.21).

“(…) para definir la comunicación como el proceso por medio del cual el individuo (el comunicador) transmite estímulos (generalmente símbolos verbales) para

modificar el comportamiento de otros individuos (perceptores)” (Como se citó en Maletzke G., 1992, p.21).

Así mismo, desde un acercamiento etimológico, proviene del latín *comunicare*, que significa hacer común, significación que es coherente con la definición que trae el Diccionario de la real Academia Española (DRAE) cuando señala que “comunicar es hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”, y en la misma dirección, dice que “la comunicación es acción y efecto de comunicar o comunicarse”.

(Como se citó en Botero Montoya & Galvis Ortiz, 2014, p. 44)

Pero más que acción y efecto, la comunicación implica intercambio de sentidos; la comunicación es un campo interdisciplinar de encrucijadas.

En el intento de unificar algunos conceptos y pese a las múltiples acepciones sobre comunicación, a continuación se menciona algunas, no sin antes anotar que en ellas existe un común denominador: su apuesta por lo humano. Botero Montoya & Galvis Ortiz (2014) menciona:

“La comunicación es un proceso activo que permite a las personas, a través de referentes comunes, hacer construcciones colectivas para el desarrollo de la sociedad” (p.44).

“La comunicación, como proceso generador de una serie de relaciones, posibilita la convivencia y el intercambio de sentidos” (p.44).

“La comunicación es un espacio para la interacción humana”. (p.44).

Además de estas acepciones sobre comunicación, estos autores agregan el concepto del Programa de Comunicación y Relaciones corporativas de la Facultad de comunicación de la Universidad de Medellín, no sin antes anotar que en ella subyace una apuesta por lo humano en donde establece que la comunicación es búsqueda de sentidos y de interacciones entre los distintos actores involucrados en una organización, sea ésta pública o privada.

Sin comunicación el ser humano aún siguiera viviendo en las cavernas, no habría sociedad ni cultura. Por ende, si es indispensable en la vida del ser humano, y es evidente que en una organización también lo es. La comunicación es un fenómeno que se da en toda organización, de cualquier tipo o tamaño.

(Fernández, 2006, p. 11).

Por otra parte la comunicación es un derecho fundamental del hombre y una de las manifestaciones más liberales de la sociedad y en particular, de las burguesas, pues constituye la mejor garantía para la interacción social; es una necesidad humana que se realiza en la convivencia y en los proyectos e ideales del colectivo (Botero Montoya & Galvis Ortiz, 2014). Gracias a la comunicación, el individuo puede proyectarse a los demás y, en tal virtud, existe para él la posibilidad de autorrealización personal y la posibilidad de crear comunidad.

### **Comunicación Social**

Como expresa Maletzke (1992): La comunicación social puede ser distinguida de otras clases de comunicación por el hecho de que es dirigida a un amplio grupo de población de todos los estratos. Ello hace que asuma implícitamente algún medio técnico (prensa, cine, radio y televisión) para transmitir la comunicación a fin de que ésta llegue, al mismo tiempo, a todas las personas que componen los estratos de la población.

El mismo autor continúa:

Toda comunicación social transcurre de modo unilateral. Las partes, en una comunicación social, están unidas siempre solamente a través de un medio técnico; y este medio está siempre construido en tal forma que los mensajes son transmitidos sólo a una dirección; es decir, que los papeles de las partes no pueden cambiar a voluntad sino que están preestablecidos por las características del medio.

Head S. W. añade: " (...) la entrega aproximadamente simultánea de mensajes idénticos a través de mecanismos de reproducción y distribución de alta velocidad a un número relativamente grande e indistinto de personas" (Como se citó en Maletzke, 1992, p.44).

Esta nueva forma puede ser distinguida de tipos más antiguos, por las siguientes características principales: está dirigido a públicos perceptores relativamente grandes, heterogéneos y anónimos; los mensajes son transmitidos públicamente, a menudo arreglados temporalmente de modo tal que lleguen simultáneamente al mayor número de miembros de un público perceptor, y son transitorios en su carácter; el comunicador tiende a ser una organización compleja que puede requerir grandes sumas de dinero, o ser una persona dentro de tal organización.

Así mismo, el análisis de la comunicación normal directa demostró que el proceso de la comunicación estaba constituido por las dos partes comunicantes y por el mensaje transmitido entre ellas. A estos tres factores fundamentales Maletzke (1992) añadir un cuarto, al tratarse de la comunicación social, que modifica decisivamente el proceso de comunicación: el medio de comunicación, colocado entre las partes.

Con estos aportes, se entiende que comunicación social es transmitir mensajes, ideas o contenidos a través de un medio de comunicación (medios impresos, radio, tv e

internet) a una población o público disperso, todo esto por medio de un profesional de la comunicación.

### **Niveles de la Comunicación**

Hay diferentes niveles de comunicación que permiten una comprensión completa del mensaje:

La *comunicación intrapersonal*, es la que tiene lugar dentro del individuo, es decir hablar con uno mismo. Esta comunicación es aquella que se lleva a cabo en el interior de una persona, y no hay una exteriorización de la misma. Es decir, es un proceso reflexivo que tiene lugar en el ámbito privado, en donde el individuo es emisor y receptor del mismo mensaje (Enciclopedia de clasificaciones, 2017).

La *comunicación interpersonal*, que se da entre dos o más personas físicamente próximas (cara a cara). Es decir, la comunicación en el trabajo debe asumirse como un acto complejo, en el que las organizaciones y las personas se implican en una interacción múltiple y continua, ya que las personas pasan la mayor parte de su tiempo en las organizaciones, de las cuales dependen para vivir y éstas, a su vez, están conformadas por personas sin las que no podrían existir.

Añade la (Enciclopedia de clasificaciones, 2017) cuando en una comunicación intervienen dos o más personas y la retroalimentación o feedback que se produce es inmediato hablamos de comunicación interpersonal. La proximidad física entre los individuos participantes es una condición necesaria de la misma y suelen intervenir los cinco sentidos. Cada una de las personas involucradas emite mensajes que son una respuesta a los mensajes enviados por su interlocutor.

La *comunicación grupal*, que se da cuando un conjunto de personas realizan transacciones de mensajes para su convivencia y desarrollo. Este nivel de comunicación es llevado a cabo entre un individuo y un grupo, o bien, entre dos grupos de personas y al igual que en la comunicación interpersonal, debe existir proximidad física entre los involucrados.

La *comunicación organizacional*, es una forma de comunicación interpersonal (dos o más personas) pero de diferentes características. En palabras de Jorge Pelayo (1991) la comunicación organizacional “es un proceso de doble sentido, a través del cual las personas que trabajan en una institución, o tienen contacto con ella, intercambian información con un propósito muy específico y determinado”.

Pero cuando esa comunicación no es facilitada, habría la posibilidad de que los rumores se incrementen, lo que sería disfuncional para la organización, y deberán ser también “gestionados” por los responsables de la comunicación de la organización y por la dirección, cuando puedan tener efectos perjudiciales para la propia organización y el clima de ésta.

Además es cada vez más habitual que las organizaciones realicen auditorías de comunicación para ver cómo se desarrollan todas las funciones y en qué medida responden a los estándares, normativas o procedimientos establecidos. Todas estas funciones y requerimientos llevan a que en las organizaciones de tamaño medio o grande exista una unidad responsable de la gestión y seguimiento de la comunicación.

Puede adoptar diversas formas y situarse en ámbitos estructurales de la organización diferentes, pero las funciones de comunicación, de relaciones públicas, son cada vez más relevantes y tomadas en consideración. También es cada vez más importante en

una organización determinar y diseñar los principales medios de comunicación interna y su gestión, funcionamiento y evaluación.

Suelen ser habituales medios de comunicación internos el boletín de la empresa, los comunicados, las circulares, el tablón de anuncios (físico y o electrónico), la intranet o página del empleado, los programas de sugerencias, las políticas de puertas abiertas, los estudios de clima u opinión, entre otros. Por otra parte, también se requiere el diseño, la gestión y la evaluación de los medios de comunicación externa, como la publicidad (en diversos medios), la página web, la presencia en redes sociales, etc. (Peiró, 2012).

Muchas de estas cuestiones, por no decir todas, son importantes para las organizaciones, aunque con frecuencia se les presta una atención limitada. Pero más adelante se ahondará en cada una de ellas.

Por último, la *comunicación masiva*, es la comunicación de difusión o de masas y recurre a la ayuda de la tecnología moderna bajo la forma de medios masivos. Según Nazarov (2010) la comunicación masiva es la difusión sistemática con ayuda de la tecnología moderna de los mensajes en un auditorio amplio de individuos desconcentrados geográficamente con el objetivo de influir en las apreciaciones, opiniones y conducta de las personas (Como se citó en Golovina, 2014).

En la modernidad los medios de comunicación masiva ya no se asocian solamente con los canales de comunicación. Con mayor frecuencia se puede encontrar las referencias a los medios de comunicación masiva como un vehículo de socialización, que influye tanto al desarrollo del individuo como de la sociedad: los medios de comunicación masiva muestran las normas, formulan el sistema de prioridades, educan, transmiten experiencias. De la herramienta de publicidad (instrumento de



poder), los medios de comunicación se convirtieron en una fuente de poder, la clave de la popularidad y del éxito (Golovina, 2014).

### **Comunicación organizacional**

En las organizaciones, la comunicación es vital para el logro de un mejor funcionamiento; metafóricamente, se puede decir que es el flujo que irriga la vida organizacional, así como lo hace la sangre en el cuerpo humano. Si el flujo de la comunicación solo irriga a ciertos miembros de la organización seguro que sobrevendrán daños significativos a la organización.

Según los autores (Sánchez & Pelayo, 1991), la trascendencia de la comunicación se hace más patente en la medida en que se asciende por la pirámide organizacional, (...) a mayor cercanía del centro de control y toma de decisiones de la organización, mayor será el énfasis en el intercambio de información. (Como se citó en Valle F., 2005, p. 181)

Así mismo recalca Varona (1993) lo siguiente:

La comunicación es el sistema nervioso de una organización, sin comunicación no es posible su funcionamiento. La comunicación hace posible que la gente se organice, defina sus objetivos, ejecute sus tareas, comparta sus ideas, tome decisiones, resuelva problemas y genere cambios. Al mismo tiempo, la comunicación hace posible que se cree un ambiente donde los individuos se sienten valorados como personas. Pero los sistemas y prácticas de comunicación de una organización, como pasa en todas las actividades humanas, son susceptibles de deterioro, cuando no se tiene establecido un sistema permanente de evaluación y mejoramiento (Como se citó en Tuesta, 2013 p. 27).

Con esto queda claro que la comunicación es tan importante en la vida del ser humano para entrar en contacto con su alrededor y dentro de una organización es imprescindible para la gestión y supervivencia de la misma.

Para Lawrence y Lorsch, una organización “es la coordinación de diferentes actividades de contribuciones individuales, con la finalidad de efectuar transacciones planeadas con el ambiente”. Las contribuciones de cada participante a la organización varían, no solamente en función de las diferencias individuales, sino también del sistema de beneficios adoptado por la organización (Como se citó en Valle F., 2005, p. 131).

Al concebir la organización como un sistema, es decir que las partes afectan el todo y viceversa; aceptando el hecho de que los miembros de la organización influyen con su comunicación a la organización, entonces resulta evidente que la comunicación organizacional influya en la percepción de sus públicos externos también. (Valle F., 2005)

Irene Trelles define a organización como:

Todo tipo de agrupación de personas unidas por un interés común, cuyos fines han de estar definidos con precisión y compartidos de una manera colectiva. Pueden diferir en dimensiones y propósitos tanto como lo demande la naturaleza del objetivo que las une, y tratarse de grandes empresas o instituciones, asociaciones gremiales, o grupos más pequeños, fábricas, cualquier tipo de centro, con fines lucrativos o no (Como se citó en Aguirre, 2015).

Según esta definición, todas las organizaciones deben estar en capacidad de gestionar su comunicación organizacional para que todos sus integrantes estén conscientes y recuerden permanentemente cuál es o cuáles son los intereses que los unen; además,

destaca que la comunicación no es solo inherente para empresas “importantes” o con “presupuesto” sino que tiene que estar direccionada estratégicamente ya que puede traducirse en muchos beneficios para la organización (Aguirre, 2015).

Es por esto que (Fernández, 2006) en su libro “La comunicación en las organizaciones” conceptualiza a la comunicación organizacional bajo tres aspectos: como fenómeno, como disciplina y como conjunto de técnicas y actividades.

Primero, como fenómeno: la comunicación organizacional es el conjunto de mensajes verbales y no verbales, formales e informales u horizontales y verticales intercambiados entre los miembros de una organización y ésta, y a su vez con los públicos de su entorno. Todas estas variables forman un fenómeno complejo denominado comunicación organizacional.

Segundo, como disciplina: su objeto de estudio es la forma en que se da la comunicación dentro de las organizaciones y fuera de ellas con los medios. Por lo que desde los años 40, se despertó interés por el tema, por lo que aparecieron investigaciones de campo y extensas bibliografías con el objetivo de analizar el impacto que ejercen estas variables sobre la comunicación y viceversa.

Por último, se la entiende como un conjunto de técnicas y actividades que ayudan a que el flujo de mensajes sea rápido entre los miembros de la organización o la organización y su medio; además que influye en las actitudes y conductas de los públicos internos y externos, buscando siempre que cumpla de mejor manera y con mayor rapidez sus objetivos.

## **Importancia de la comunicación organizacional**

Si damos por sentado que la comunicación organizacional es simplemente una transmisión de información tanto interna como externamente, estamos definiéndola como parte de un gesto mecánico, de lo que se infiere que quienes la transmiten son tan sólo emisores o amplificadores sin capacidad evaluativa ni electiva, ya que la información es la que es y así debe emitirse.

Más, en la transmisión de información, en no pocas ocasiones, lo más interesante no es el significado del mensaje. Lo que realmente importa es que éste llegue claramente al destino deseado para que el receptor (interno o externo) reaccione de acuerdo al estímulo recibido y esto es lo que realmente significa comunicarse (Chillida, 2007).

Es así que para Soria R. & Pérez E. (2010) refiere que la comunicación organizacional es uno de los pilares principales dentro de una organización, ya que engloba prácticas internas y externas de los flujos comunicativos y facilita la comunicación entre sus actores, cuyo principal objetivo es alcanzar un equilibrio entre los canales formales e informales que se manejen ya sea con sus públicos internos o externos.

Para Koh (2014) en una organización las habilidades para comunicarse son relevantes, es por eso que grandes empresas ven en la comunicación un factor indispensable. Además, es importante porque permite el conocimiento y la coordinación de las actividades dentro y fuera de ella, ya que fortalece la participación activa de todos quienes forman parte e incentiva el trabajo en equipo entre todas sus áreas.

“La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad.” (Koh, 2014)

En la actualidad, existen distintas herramientas y métodos de comunicación que facilitan la interacción entre personas y la transmisión de información dentro y fuera de una organización. De ahí la importancia de la comunicación que sin duda, es un factor clave para el éxito de las instituciones y que con el paso de los años, empiezan a tomar más en cuenta a la hora de dirigir a un grupo de personas.

En palabras de Rojas y Arape (1999), refuerzan este planteamiento, al considerar a la comunicación organizacional como el intercambio progresivo de informaciones, sentimientos o saberes destinados al conocimiento y las transformaciones que logran el crecimiento común de todas las partes involucradas; es decir, la comunicación es una fuerza determinante en los procesos organizacionales de transformación y no como un instrumento auxiliar solamente utilizado para el desarrollo de estrategias (Como se citó en (Rivera, Rojas, Ramírez, & Álvarez, 2005)).

Por consiguiente, la comunicación organizacional es una herramienta de gestión porque permite reducir la incertidumbre del futuro y desarrollar perspectivas acerca del comportamiento social de los individuos; cuando la comunicación es fluida, los procesos de intercambio se asignan, se delegan funciones y se establecen compromisos en todos los niveles dentro de la organización.

### **Modalidades de la comunicación organizacional**

(Fernández, 2006) Indica en uno de sus postulados básicos sobre el proceso comunicativo en las organizaciones:

La comunicación organizacional abarca una gran variedad de modalidades: interna y externa; vertical, horizontal y diagonal; interpersonal, intrapersonal, intergrupala e institucional; directa (cara a cara) y mediatizada (a través de canales diversos, escritos, audiovisuales y electrónicos. (p. 13)

Se considera que la interna y externa están dentro del objeto de estudio por lo que se ahondará en ellas.

El autor continúa explicando que comunicación interna es el conjunto de actividades realizadas entre los miembros de la organización para mantener las buenas relaciones con y entre sus miembros, a través de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados, y contribuya al logro de objetivos organizacionales.

La autora (Frías, 2000) recalca que la comunicación interna es fundamental para los individuos y los grupos dentro de una organización, ya que con ella se regulan las actividades laborales de cada uno de sus integrantes, es decir lograr una acción coordinada, mientras que sin ella, serían simplemente un grupo de personas que realizan su tarea de manera aislada.

Para Marchiori (2008b, p. 213-214), la comunicación interna posibilita el intercambio de informaciones vía comunicación, contribuyendo para la construcción del conocimiento, el cual es expresivo en las actitudes de las personas. Es fundamentalmente un proceso que engloba la comunicación administrativa, flujos, barreras, vehículos, redes formales e informales. Promueve, por lo tanto, la interacción social y fomenta la credibilidad, actuando en el sentido de mantener viva la identidad de una organización. (Como se citó en Marchiori, 2011, p. 51)

En la actualidad, la comunicación interna está considerada como una herramienta muy eficaz para la gestión de las organizaciones, debido a que se puede utilizar para analizar la realidad concreta que existe en ella, una realidad que puede ser medible de forma objetiva, mediante cuestionarios y escalas de valoración, o de forma más subjetiva a través de entrevistas, conversaciones o estudios de la documentación interna que circula por toda la institución.

Ahora, en cuanto a comunicación externa (Fernández, 2006) indica que es el conjunto de mensajes emitidos hacia sus públicos externos, con el fin de mantener o mejorar la relación con ellos y proyectar una imagen favorable.

La comunicación externa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes enviados para crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivos. Con la proyección externa se busca una favorable relación de la organización con su entorno así como proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios (Reig, 2010).

A lo que complementa la autora (Frías, 2000), todo lo que hace una organización comunica. Así ésta es la encargada y responsable de transmitir al exterior “lo que son” y “lo que pretenden ser” en una estructura coherente ante y entre el interior y exterior de la organización.

### **Departamento de comunicación**

A medida que crece una organización también aumentan sus necesidades comunicacionales para sus públicos internos y externos. La creciente necesidad, unida a la importancia cada vez mayor que se le da a la comunicación, ha dado origen a la creación del departamento de comunicación, cuyo objetivo es realizar y cuidar la comunicación interna de la empresa, y establecer y centralizar los canales de comunicación hacia el exterior (Diez Freijeiro, 2011).

Diez Freijeiro (2011) refiere que las dimensiones de una institución marcan claramente la cantidad de personas que van a componer su departamento de comunicación. Así, en buena lógica, cuanto mayor sea ésta, mayor será su departamento de comunicación y viceversa, aunque como, en todo, hay excepciones: puede haber organizaciones muy grandes que no den demasiada importancia a la comunicación de sus servicios, a vender imagen, etc., y tengan un departamento muy pequeño dedicado a este tema, aunque son las menos. O si se habla de pymes es muy posible que los departamentos de comunicación estén compuestos por una sola persona: el responsable de comunicación.

La interacción del responsable o departamento de comunicación con el resto de los departamentos es fundamental para la buena práctica de su trabajo. Debe ser una interacción constante para saber cómo respira la institución, los empleados, qué se está haciendo, por qué, etc. el responsable de comunicación debe tener una respuesta clara a la mayoría de preguntas que se puedan plantear en la organización, para analizar la mejor manera de comunicarla hacia el interior y el exterior (Diez S., 2011).

Según Pelayo (1991), las habilidades de la comunicación posibilitan el desempeño que contribuye al logro de objetivos en la organización. La función de mando, dirección jefatura o liderazgo es posible para un desarrollo o mejora de las habilidades de comunicación, y que el autor cita como importantes: cómo escribir mejor, cómo escuchar mejor, cómo conducir reuniones de trabajo, cómo manejar la comunicación no verbal, entre otras. (Como se citó en Valle F., 2005, p. 186)

Según (Fernández, 2006) añade, un comunicador creciente de organizaciones están creando áreas especializadas a cargo de comunicadores profesionales, cuya función básica es apoyarlas para facilitar los procesos comunicativos y hacer que esta responsabilidad compartida sea cumplida efectivamente. Es importancia que queden



definidos con mucha claridad los objetivos del área de comunicación, para aprovecharla al máximo y no generar falsas expectativas.

Muchas veces la función del comunicador organizacional no se entiende y por tanto, no se valora, porque él es el primero que no se la tiene muy clara. Frecuentemente los comunicadores se conciben a sí mismos como “hacedores de medios”, y piensan que su principal papel es mantenerlos llenos de información, sin importar si ésta satisface necesidades reales tanto del público al que se dirige como de la propia organización. (p. 15-16)

### **Medios estratégicos en la comunicación organizacional**

**Internamente**, el autor afirma que la comunicación escrita se caracteriza por contar con mensajes claros, precisos, concretos y correctos, y podemos estar seguros que el mensaje que estamos transmitiendo como emisores, el receptor lo va a entender, tal cual. Dentro de estos medios está: boletín interno, memorándum, circular, convocatorias, encuestas, etc.

La comunicación oral, es la más utilizada dentro de la organización, la comprensión de la información transmitida no siempre es la deseada o esperada, ya que depende de la interpretación de cada receptor. Aquí están: conferencias, juntas y asambleas, videoconferencias y servicio telefónico.

Y los medios audiovisuales incluidos dentro de la comunicación no verbal, y entre ellos están los murales, cartelera de avisos, señalización. Este tipo de comunicación se utiliza muchas veces como complemento de lo que se dice verbalmente.

Holtz (2004) sugiere que los líderes empeñados en desarrollar organizaciones que superen expectativas, deben entender que la comunicación cara a cara, en cada nivel

organizacional tiene que ser observada como fundamental. La relación entre persona y persona y la interacción en tiempo real no puede ser sustituida por ninguna estrategia, por la confianza que se establece en esta relación (Como se citó en Marchiori, 2011).

En cambio, **externamente** los medios estratégicos para llegar a sus públicos son los masivos como prensa, radio, televisión e internet, que sirven para la comunicación y difusión de sus mensajes.

Empezando por la prensa, Maletzke (1992) es el único medio que permite al perceptor fijar, por sí mismo, el tiempo, el modo y la velocidad de la percepción y volver a ocuparse, cuantas veces lo desee, del mensaje. El lector se siente, por regla general, menos aludido personalmente que el radio-escucha o el espectador en el cine y en la televisión; la lectura lo ocupa más activamente, siendo este un hecho que lo considera relevante en lo que se refiere a los efectos, sin que tal cosa se hubiese demostrado inequívocamente.

La radio y la televisión en cambio, alcanzan mayor contacto personal entre el comunicador y el perceptor y proporcionan, con más intensidad, la impresión de la realidad. Además, estos dos medios abarcan prácticamente a toda la población; o sea, también a círculos que apenas son afectados por otros medios, como los muy ancianos y los muy jóvenes, o también personas analfabetas o con escasa instrucción escolar.

Y en lo que se refiere al internet, es considerado el medio de comunicación más versátil que los anteriormente mencionados, ya que ocupa los formatos de los tres tipos de medios mencionados arriba, según la conveniencia, tipo de mensaje y el auditorio a cual está dirigido. Ocupa las herramientas de sorpresa, como aparición de

ventanas flotantes, cambio automático de los banner, los mensajes interactivos en forma de juegos, premios y sorteos instantáneos, etc.

Para Bruhanceva (2012), las tecnologías de la comunicación masiva deben ser usadas activamente, pero el nivel de responsabilidad, la calidad de la presentación de la información, su ideología y direccionalidad deben ser ponderados y bien diseñados, ya que solo en este caso podrá considerarse como una excelente oportunidad para el desarrollo de la cultura tanto de los individuos, como de las organizaciones. (Como se citó en Golovina, 2014)

## **Categorías de la variable dependiente**

### **Ciudadanía**

La ciudadanía nació en Grecia y se refería a un grupo de personas que tenían la responsabilidad de tomar decisiones importantes, con el fin de guiar el destino de su ciudad. Esta se fue generalizando con la aparición del capitalismo y el surgimiento de la libertad del trabajador como dueño o propietario de la fuerza de trabajo. Bajo estos antecedentes (Ortiz, 1998) la define como:

Una comunidad de individuos diversos e interrelacionados con capacidad de autodeterminación, participación y representación de intereses y demandas y en pleno ejercicio de sus derechos civiles, sociales y políticos individuales y colectivos, garantizados por el Estado y con responsabilidades hacia la comunidad política de la que forman parte.

Esther Custo (2008) señala que la ciudadanía es participación, en la que los derechos significan su ejercicio, y en la que pertenencia es asimismo participación en la construcción de una identidad y de un orden político democrático.

En la actualidad, la ciudadanía ya no puede ser simplemente considerada un estatus legal, definido por un conjunto de derechos y obligaciones, sino que ha de ser considerada también en términos de identidad y de expresión de pertenencia a una comunidad.

Smulovitz (1997, p.163) la comprende más que como un atributo natural, como un proceso de construcción y transformación, cuya definición depende de la participación ciudadana y de los resultados de la lucha política. Marshall (1998) la definió como el estatus asignado a quienes son miembros plenos de una comunidad (Como se citó en Tonon, 2009).

“La ciudadanía es un concepto mediador, porque integra exigencias de justicia y a la vez hace referencia a los que son miembros de la comunidad, une la racionalidad de la justicia con el calor del sentimiento de pertenencia” (Tonon, 2009, p.19).

Por otra parte Fiscella (2009) también hace referencia el concepto de ciudadanía con la pertenencia de los individuos a una comunidad. Y esta pertenencia es tal cuando existe la participación activa de los mismos para establecer las condiciones de su propia asociación, garantizando de igual modo para todos los individuos derechos y deberes, libertades y restricciones, poderes y responsabilidades.

Y es así que la idea de ciudadanía se articula a partir del reconocimiento de que los miembros de una comunidad tienen rasgos que los identifican y que los distinguen de quienes no son parte de ella.

En palabras de la autora (Martinez, 2001) en su libro Auditoría ciudadana sobre la calidad de la democracia, considera que la ciudadanía es, en buena medida, un ejercicio local. Se da cuando las y los ciudadanos opinan sobre la marcha de su comunidad, se organizan para protestar o resolver problemas, realizan gestiones en diversas instituciones públicas o formulan peticiones ante las autoridades municipales, usualmente lo hacen cerca del lugar donde viven.

### **Participación Ciudadana**

Para el autor (Ortiz, 1998) la participación ciudadana es:

Una relación de poder y, por lo tanto, una relación política, a través de la cual una pluralidad de actores, individuos y grupos sociales, se encuentran y confrontan, ejerciendo su capacidad de decisión para orientar los recursos en función de la solución de sus aspiraciones. (p. 37)

La participación es una parte muy importante de la ciudadanía porque afirma la autonomía de sus actores: los ciudadanos, quienes tienen responsabilidades con la comunidad de la que forman parte. Además, es un elemento revitalizador de la democracia, ya que sin ésta, no existiría compromiso de los ciudadanos.

El autor continúa, la participación ciudadana es un factor esencial en el proceso de integración social, consolidación nacional y fortalecimiento y ampliación de la democracia, de allí que debe sustituir un fin primordial del Estado. Si el ciudadano(o) es la fuente de soberanía, el estado debe respetar su autonomía, promover su participación, fomentar valores y comportamientos propios de la ciudadanía, afirmando la identidad de las personas con la comunidad política de la que es parte, facilitar la creación de espacios públicos para el diálogo ciudadano y garantizar su acceso a las decisiones. Ello implica que en el texto constitucional se establezca la participación ciudadana como una de las finalidades del estado ecuatoriano.

En la misma línea (Luciano Elizalde, 2013) se debe fomentar la participación ciudadana, por el hecho de que cuando las entidades se encierran en la toma de decisiones, no deben pretender que los ciudadanos entiendan sus errores y desaciertos, si desde un inicio no los invitaron a formar parte de la creación de las políticas públicas.

Denhardt y Denhardt, 2003; Aberbach y Christensen (2005): “La población puede vincularse, participar en la toma de decisiones e identificar más fácilmente los costos y beneficios de proveer el bien, promoviendo mayor participación por parte de la ciudadanía. Las administraciones son conscientes de que el ciudadano de hoy tiene derechos y que su relación con los servicios públicos, según la naturaleza de estos, puede ser definida de formas diversas. Esta compleja relación hace que, en ocasiones sea difícil reconocer las expectativas ciudadanas” (Como se citó en Hernández & Pérez, 2013, p. 3).

Si el ciudadano(a) es el titular del poder, tiene derecho a participar en los procesos decisorios sobre la vida jurídica, política y económica del país, tanto en lo público estatal como en los espacios de la sociedad civil, en las organizaciones sociales como en la vida cotidiana.

Esto implica que el estado debe garantizar al ciudadano(a) el derecho a la participación individual y colectiva sobre los problemas locales, regionales y nacionales; también debe fomentar la capacidad de los ciudadanos(as) a ejercerlo a través de la información, capacitación, fiscalización, fomento de la organización social y el establecimiento de canales institucionales para la participación.

(Ortiz, 1998, p.94)

Con lo anterior expuesto se resume que, la participación ciudadana es una fuente de soberanía para los ciudadanos (valga la redundancia), y el estado debe respetar su autonomía, promover su participación, fomentar valores y comportamientos propios de la ciudadanía, afirmando la identidad de las personas con la comunidad política de la que es parte, facilitar la creación de espacios públicos para el diálogo ciudadano y garantizar su acceso a las decisiones que adopta.

En palabras de la autora (Martinez, 2001) la ciudadanía participa cuando emprende acciones para influir en la toma de decisiones dentro de las instituciones del Estado. Estas acciones pueden ser desde el envío de una carta o un documento al jerarca de la institución, la asistencia a actividades convocadas por una entidad, hasta la realización de manifestaciones para exigir la rectificación de un programa público.

También participan cuando exigen información sobre la marcha o resultados de las políticas o presentan denuncias ante las respectivas instancias de control, ejercen la fiscalización sobre las decisiones públicas, por medios jurídicos como el recurso de amparo, o de control político como las Defensorías y Asamblea Nacional.

### **Percepción ciudadana**

La percepción es un factor clave para la comunicación efectiva: “Lo que cada persona percibe es lo que ella cree como real; es imposible que un ser humano alcance a percibir o considerar todo”.

En la percepción influyen nuestros valores, creencias, actitudes, lo cual depende, en gran parte, de experiencias pasadas, del ambiente familiar, escolar y cultural que haya vivido cada cual.

Es por esto que, la percepción es un factor determinante de la comunicación dentro y fuera de las organizaciones, por lo que para mejorarla es necesario, indagar el punto de vista del otro; esto permite comprender su percepción, entender más fácilmente su posición y llegar a acuerdos para una comunicación eficaz tanto interna como externamente.

Para Pidgeon (1998),” la percepción determina juicios, decisiones y conductas, y conduce a acciones con consecuencias reales” (Como se citó en Calixto Flores & Herrera Reyes, 2010, p.229).

Añade Robbins (1998) como un proceso mediante el cual, los individuos organizan e interpretan sus impresiones sensoriales con el fin de darle significado a su ambiente; similarmente Lambin (1995) la analiza como (...) proceso por el cual un individuo selecciona e interpreta la información a la cual está expuesto. Los individuos tendrán, pues, en general, percepciones distintas de una misma situación, porque la atención es selectiva.

Según (Amador B., 2008) la realidad en la que vive el ser humano se basa en una compleja articulación de formas simbólicas de las que depende su capacidad de comprender y sus experiencias.

La psicología de la Gestalt ha demostrado que la percepción espacio-temporal conlleva, de manera inmediata y necesaria, la elaboración de juicios de valor, es decir, construcciones o formas simbólicas mencionadas anteriormente.

La percepción es, en sí misma, inteligente; de manera automática y simultánea selecciona, organiza, completa, jerarquiza y discrimina todo lo que observa.



Merleau-Ponty coincide con esta manera de entender a la percepción, cuando dice que “el sentido de una cosa percibida se da, si la distingue de todas las demás”. Franz K. Mayr sostiene el mismo punto de vista, afirmando que el ver y el oír nunca son pura percepción, “sino una percepción siempre ya interpretada, siempre ya construida desde la tradición, la experiencia pasada y la memoria, siempre ya emocional y afectivamente cargada”. (Como se citó en Amador B., 2008, p. 15)

Bajo circunstancias comparables, el hombre suele escoger aquel mensaje que, en atención a su personalidad y a la respectiva situación de impulsos y necesidades en que se halla, haya de ejercer una función específica; o en otras palabras, escoge aquel mensaje que parezca corresponder en mayor grado a sus intereses, a su nivel de inteligencia, a su actual estado sentimental, a sus actitudes, etc.

(Maletzke, 1992, p.204)

Continúa Calixto Flores & Herrera Reyes (2010) la percepción se da a través de los sentidos, por lo que es frecuente ver o escuchar lo que de forma emocional queremos o para lo que estamos preparados, es decir lo que otros no alcanzar a percibir. En concreto, el perceptor interpreta dependiendo de las circunstancias que vive y experimenta.

De esta forma la percepción que tiene cada uno de los ciudadanos va en función de lo que ven, escuchan, piensan o sienten con base en sus necesidades propias o de sus allegados, de allí interpretan esa información y crean una percepción sobre “algo”, en este caso específicamente respecto a la gestión de GADMA.

## **Importancia de la percepción ciudadana**

Para Sánchez & Chica (2016) la percepción ciudadana es importante para obtener información respecto a su **entorno** de vida, lo que sucede dentro de él y como se relaciona con los estados internos. Añade que la percepción es el flujo informativo que se dá al interactuar dentro del entorno, por lo que no se debe obviar las imágenes mentales que un ciudadano forma a partir de su experiencia y de sus necesidades.

“Esta modalidad da cuenta de los procesos de selección e interpretación de sensaciones con relación a fenómenos naturales y culturales que caracterizan el contexto local o global.” (p. 10) Es decir, el ciudadano participa de las actividades que realizan dentro de su entorno y se siente parte o no de él, ya que con base en su experiencia vivida puede crearse imágenes mentales de su contexto local.

En palabras de (Restrepo, 2009) la percepción ciudadana sobre diversos temas que afectan la calidad de vida es un tema que causa visiones encontradas. Para algunos científicos sociales, entre ellos muchos economistas, la opinión ciudadana no deber ser tomada en cuenta en la elaboración de políticas públicas por considerar que la gente del "común" no tiene idea de lo que quiere o no tiene parámetros de comparación.

No obstante, la percepción ciudadana es sumamente importante porque le permiten a los gobiernos priorizar las políticas a partir de lo que a la gente más le importa y porque en términos de lineamientos de investigación, el hecho de que las percepciones sean difíciles de explicar, pues están afectadas por múltiples factores, las ubica en un terreno inagotable de exploración.

## **Gobierno local**

En Ecuador, el gobierno local se refiere principalmente a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs), además de Juntas Parroquiales, Concejos (municipales, metropolitanos, provinciales y regionales) entre otros; los mismos que gozan de autonomía política, administrativa y financiera y se rigen por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana.

Broid (2010) “La teoría económica postula que el gobierno local es el ideal para proveer ciertos servicios, pues es más probable que conozca los deseos de su población, sea más responsivo y al menos tan eficiente para proveerlos como otros órdenes de gobierno” (Como se citó en Hernández & Pérez, 2013, p. 2). Esto debido a la cercanía que tiene con los ciudadanos en comparación con los gobiernos centrales.

En la última década, los gobiernos locales han adquirido un papel protagónico en el escenario político administrativo, esto debido a que se ha generado un movimiento importante encabezado por académicos, gobierno estatal, asociaciones de gobiernos locales, entre otros, de fortalecimiento institucional de los municipios. En específico, la consolidación del sistema de rendición de cuentas en los gobiernos locales se observa en el diseño de esquemas institucionales más participativos, no sólo en asuntos financieros, sino a través de conceptos de eficiencia y eficacia del actuar público, que permiten sustentar la toma de decisiones en argumentos de alto nivel técnico (Villanueva, 2016).

Por otra parte, en un sentido amplio para (Martínez, 2001) el conjunto de las instituciones públicas con presencia en el hábitat cercano de las personas forma el gobierno local, pues cada una de ellas está a cargo de la gestión de (una parte de los) asuntos públicos que afectan a ese hábitat.

De esa forma, la ciudadanía se relaciona cotidianamente con el Estado mediante las gestiones que realizan en las **instituciones públicas**. Al acudir ellas esperan no solo ciertos resultados (el trato como resultado) sino también ser tratados de una manera correspondiente con su condición de ciudadano o habitante (el trato como interacción).

En el primer sentido, las personas procuran hacer valer ante la autoridad pública los derechos que la Constitución Política y las leyes les confieren, con el fin de satisfacer una petición. Sin embargo, salvo que la acción institucional viole esos derechos, sea durante el trámite de la demanda o en su respuesta, cualquier resultado que la persona obtenga no riñe con el régimen de libertades y derechos democráticos.

En el segundo sentido, los encuentros entre las personas y las instituciones públicas, independientemente del contenido y resultados de la gestión, constituyen ejercicios cotidianos del poder. Como los funcionarios públicos son los que poseen la autoridad, en teoría las personas son la parte más débil de esta relación de poder (Martínez, 2001).

Por ende, los funcionarios públicos son, sin excepción, depositarios de una autoridad delegada. (Dahl, 1989) se refiere a que las autoridades gobiernan en calidad de representantes políticos de la ciudadanía, quien tiene el poder de elegirlos y removerlos. (Como se citó en Martínez, 2001)

Cabe señalar que las personas recurren a las instituciones públicas no como cualquier usuario o cliente de una empresa privada sino, según se dijo antes, como ciudadanos (o más en general, como habitantes de la República). Al reivindicar el o los derechos que consideran relacionados con su caso, las personas son, como ciudadanas, pares del o los funcionarios que deciden sobre su gestión. En estos encuentros cotidianos,

las instituciones públicas son las que tienen el poder para resolver una manera u otra, o rechazar, las gestiones emprendidas por las personas.

El personal de las organizaciones públicas debe poseer actitudes y aptitudes ajustadas a las exigencias sociales, como el compromiso, la responsabilidad, la vocación de servicio, al igual que la lealtad, la honestidad y la corresponsabilidad en el cumplimiento de las funciones, ya que éstas son dirigidas hacia un colectivo (Palmar & Valero, 2014).

Es importante hacer notar que a diferencia del sector privado, donde el incentivo es la ganancia para evaluar el grado de eficacia de las personas y la propia empresa, en el sector público hay una ausencia de criterios para saber en qué ha impactado en la mejora del bienestar individual y colectivo (Ballard, 1996:323) (Como se citó en Hernández J., 2013).

(Dos Santos, 1999) explica, en esta nueva realidad, los entes públicos elegidos por la ciudadanía, cuentan con un cliente muy polifacético, que se encuentra en su comunidad, al interior de su organización: el **ciudadano cliente** (Como se citó en Hernández & Pérez, 2013, p7).

Éste puede vincularse, participar en la toma de decisiones e identificar más fácilmente los costos y beneficios de proveer el bien, promoviendo mayor participación por parte de la ciudadanía.

Los autores añaden, este ciudadano cliente está muy informado de sus derechos y de los deberes de las organizaciones cercanas a su entorno, ya que consideran que son de ayuda para la comunidad; pero por otro lado, muestran un interés muy marcado en la transparencia de las decisiones de quienes las lideran.

Por lo que, el sector público debe involucrar a estos ciudadanos en las decisiones que adopte y preocuparse mucho en construir relaciones de confianza y colaboración entre ellos, Denhardt y Denhardt (2003).

Como añade (Palmar & Valero, 2014) en cuanto a las organizaciones públicas, cada vez más atentas a las necesidades del cliente ciudadano, deberán plantearse su situación en el contexto, qué espera la sociedad de ellas, cuáles son sus metas, qué resultados deberán obtener y, en función de esto, rediseñar sus estructuras organizativas de manera que éstas respondan de manera ágil y eficiente. La incorporación de tecnología y la informatización de los trámites, los acuerdos o “carta compromiso” con el ciudadano, el establecimiento de modelos de gestión por resultados, requieren de un diseño del trabajo que facilite estas modalidades.

### **Medición a través de la evaluación**

Como anteriormente se mencionaba que el ciudadano cliente tiene un interés muy marcado en la transparencia de las decisiones de quienes lo lideran, surge la **medición** de la gestión de entes públicos a través de la evaluación, tras notar que el ciudadano cliente es su mayor “evaluador” y es cada día más difícil analizar las expectativas y percepciones que éste tiene sobre los evaluados.

“Evaluar, es por tanto, un ejercicio constante de comprensión de parte del ciudadano sobre la actividad que realiza su gobierno; y de éste, para informarlo sobre los resultados alcanzados por la gestión”.

Traducir la evaluación de la gestión pública a un lenguaje óptimo que permita la fácil comprensión de los resultados por parte del ciudadano y que facilite una mejora en su percepción, es tarea y función principal de todo gobierno. La razón de ello es que

esta percepción impacta en las actitudes y los comportamientos ciudadanos presentes y futuros referidos a la voluntad de cumplir con el pago de impuestos, la voluntad de respetar las reglas generales de convivencia social, etc. (Como se citó en Hernández & Pérez, 2013, p7)

Los autores Berman (1997); Tolbert y Mossberger (2006) & Cooper et. al.(2008) señalan que la **evaluación** es una percepción ciudadana que varía entre cada ciudadano en función de la información a la que éste está expuesto y de su propio criterio.

Antiguamente, las responsabilidades orgánicas de los gobiernos locales, han variado a través de la historia. En el virreinato por ejemplo, tenían la obligación de garantizar el abastecimiento de víveres y de diversos artículos de primera necesidad, y vigilar que tanto mercancía y precios fueran justos al nivel adquisitivo de la población municipal.

En las condiciones actuales, los municipios deben ir más allá de ser un simple prestador de los servicios públicos tradicionales, como alumbrado, aseo y limpia, parques y jardines, entre otros y pasar a ser, un ente central en el desarrollo económico (Hernández J., 2013).

Por cuanto, la Municipalidad es un órgano socio-político y administrativo, con capacidad de servicio y de acción en materias diversas; junto con atribuciones para asistir a la población más débil, promover la ciudad acogedora y el campo atendido, devolver con obras y solidaridades el producto de sus ingresos y asumir como objetivo el bienestar social, en el marco del desarrollo humano sostenible (Méndez & Ablan, 2012).

En otras palabras, el municipio es la unidad primaria de la nación porque se encuentra más cerca del ciudadano, atiende necesidades esenciales de las comunidades, es marco propicio para múltiples relaciones entre las personas y representa una institución que orienta la historia local.

Por lo que, los ciudadanos evalúan al gobierno local (municipios) a través de la percepción que tienen sobre los servicios que éste ofrece. En un contexto público, la naturaleza del servicio público es compleja y particularizada al entorno público; por esta razón se tienen que considerar las características que el sector proporciona:

Primero, cabe aclarar que un servicio público local puede ser entendido de acuerdo a Mora et al. (2006), como el conjunto de servicios municipales, de iniciativa social o mercantil que, independientemente de su titularidad, tienen efectos en las necesidades y expectativas de bienestar personal y comunitario en el territorio de un municipio.

Segundo, el acceso a los servicios públicos es, en general, relativamente fácil desde cualquier parte del país. La mayoría de las instituciones tiene sedes en las diversas regiones. No obstante, hay poco acceso remoto (fax, teléfono, correo electrónico), pues la mayoría de las gestiones ante las instituciones públicas deben ser realizadas personalmente por el interesado (Martinez, 2001).

Y es así como la comunidad local, exige respuestas solidarias contenidas en planes y proyectos de desarrollo, que atiendan con calidad y pertinencia sus necesidades. Se trata de satisfacer desde una perspectiva social requerimientos fundamentales, relacionados con los servicios sociales y el equipamiento de la infraestructura de servicios, la vialidad y la comunicación, vivienda y servicios conexos, el urbanismo, arquitectura y paisajismo de buen estilo y confort, la producción de bienes, la atención al medio rural y la creación de condiciones para que los ciudadanos se desenvuelvan con calidad y bienestar.



## **Hipótesis**

H0= La comunicación organizacional no influye en la percepción ciudadana de los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato respecto a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.

H1= La comunicación organizacional influye en la percepción ciudadana de los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato respecto a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.

## **Señalamiento de variables**

**Variable independiente:** Comunicación organizacional

**Variable dependiente:** Percepción ciudadana

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene enfoque cualitativo dentro de su estudio porque interpreta las respuestas y resultados obtenidos a través de las herramientas de investigación. Y cuantitativo porque hace uso de la recolección de datos y a su vez del análisis estadístico de los mismos para la verificación de la hipótesis.

#### **Modalidad básica de la investigación**

Bajo la modalidad No Experimental se desarrolló de tres tipos: **Bibliográfica** porque se utilizó libros, revistas y artículos científicos. **Documental** porque se manejó documentos web y más respaldos para obtener información y **de campo** porque se está en contacto directo con la realidad para la recolección de datos que aporten a la investigación.

#### **Investigación Bibliográfica**

Se hizo una revisión bibliográfica del tema para conocer las contribuciones científicas pasadas y establecer diferencias con el estado actual del conocimiento respecto al problema planteado, específicamente ayudó a recolectar información científica en el Marco Teórico bajo una vista panorámica del problema.

#### **Investigación Documental**

Se realizó una recopilación adecuada y análisis de documentos, datos y contenidos que permitieron redescubrir hechos, sugerir problemas y orientar hacia las fuentes que más aporten a la investigación.

#### **Investigación de campo**

Se efectuó un análisis en el lugar donde se produjeron los hechos por medio de la experimentación misma de la investigadora y de su contacto directo con la realidad de la problemática, principalmente tuvo como finalidad recolectar datos e información que ayuden a la investigación, la técnica destacada es la encuesta.

### **Nivel o tipo de investigación**

#### **Investigación exploratoria**

Es exploratoria porque por medio de ella se investigará la percepción ciudadana de la parroquia la matriz del cantón Ambato, ya que en este caso no hay mucha información sobre este tema.

#### **Investigación descriptiva**

Es descriptiva porque a través de esta se conoció la realidad misma del problema desde su origen y desarrollo. Además se describió y especificó cada una de las características descubiertas dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.

#### **Investigación correlacional**

Es correlacional porque permitió identificar la relación que existe entre las dos variables del tema de investigación como son la comunicación organizacional y la percepción ciudadana de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.

#### **Población y muestra**

## **Población**

La población de estudio para la presente investigación está constituida de dos tipos: por 19 periodistas de medios de comunicación de Ambato, que se encuentran en el ejercicio periodístico como reporteros, son quienes acuden diariamente a las ruedas de prensa que se dan en la ciudad, al igual que están en búsqueda de información para sus medios todos los días. Se les ha dado importancia, ya que no tienen compromiso en dar su opinión y pueden expresarlo libremente; además, son quienes se encuentran entre la ciudadanía y el GADMA, perciben lo que la gente piensa y a su vez, la forma en que la institución desarrolla la comunicación organizacional y segundo por los ciudadanos de la parroquia La Matriz del cantón Ambato, provincia de Tungurahua, que está compuesta por 21.433 habitantes.<sup>1</sup> Dando un total de 21 mil 452 personas.

La parroquia La Matriz del cantón Ambato, de la provincia de Tungurahua está dentro del perímetro de: calle Monseñor Bernardino Echeverría Ruiz, calle Antonio Clavijo, Av. Atahualpa, Av. 13 de Abril, calle Juan León Mera y Av. Rodrigo Pachano.

## **Muestra**

La muestra de tipo No probabilística, será calculada de la población de estudio, dentro de la primera muestra están los 19 periodistas-reporteros y la segunda, después de calcular la muestra da un total de 378 personas de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato. Dando un muestreo de 397 personas.

## **Cálculo de la muestra**

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

---

<sup>1</sup> Según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – Censo de Población y Vivienda 2010.

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de Confianza (1.96)

p = Probabilidad de concurrencia (0.5)

q = Probabilidad de no concurrencia (0.5)

N = Población de la parroquia La Matriz del cantón Ambato (178.538)

E = margen de error (0.05)

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(21433)}{(21433 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

**n= 378**

### Operacionalización de variables

**Variable independiente:** Comunicación Organizacional

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	INSTRUMENTOS
La comunicación organizacional según (Fernández, 2006) “es el conjunto de técnicas y actividades que ayudan a que el flujo de mensajes sea rápido entre los miembros de la organización o la organización y su medio; además que influye en las actitudes y conductas de los públicos internos y externos, buscando siempre que cumpla de mejor manera y con mayor rapidez sus objetivos”.	Enfoques	Fenómeno Disciplina Técnica	En la practicidad ¿en el desarrollo de la comunicación organizacional cuál de estos tres enfoques tiene más peso?	Técnica: Entrevista  Encuesta Cuestionario
	Importancia	Pilar fundamental Herramienta	¿La comunicación organizacional como herramienta de gestión ayuda a mejorar la comunicación dentro de la institución?	
	Modalidades	Interna Externa	¿La comunicación interna y externa son las partes fundamentales de la comunicación organizacional en el GADMA?	
	Departamento de comunicación	Comunicador organizacional	¿El trabajo del comunicador organizacional influye en la comunicación organizacional de la institución?	
	Medios estratégicos	Internamente Externamente	¿Cómo se determina cual es el medio más estratégico para la transmisión de mensajes hacia sus públicos?	

#### Cuadro N° 1. Operacionalización de variable independiente

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** Bibliográfica

**Variable dependiente:** Percepción ciudadana

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	INSTRUMENTOS
Según Lambin (1995) la analiza a la percepción ciudadana como (...) proceso por el cual un individuo selecciona e interpreta la información a la cual está expuesto. Los individuos tendrán, pues, en general, percepciones distintas de una misma situación, porque la atención es selectiva.	Percepción	Definiciones de percepción	Las personas seleccionan los mensajes percibidos, ¿en qué medida influye en la percepción ciudadana que tienen de la institución?	Técnica: Encuesta Cuestionario
	Importancia	Entorno	La ciudadanía procesa una misma información de acuerdo a su entorno, ¿esto afecta a la percepción que tienen de la gestión del GAD?	
	Gobierno Local	Concepto Instituciones públicas Ciudadano cliente	¿Las instituciones se sienten presionadas al considerar a los ciudadanos como un cliente que evalúa su gestión?	
	Medición	Evaluación	¿La evaluación hacia el trabajo desarrollado por su Municipio se considera un instrumento de la percepción ciudadana?	

**Cuadro N° 2. Operacionalización variable dependiente**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** Bibliográfica

### Plan de recolección de información

Para ejecutar la presente investigación se desarrolló las siguientes preguntas.

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Buscar una solución al problema existente.
¿A qué personas o sujetos?	Periodista institucional del GADMA. Reporteros de los medios de comunicación de Ambato. Habitantes de la parroquia La Matriz del cantón Ambato.
¿Sobre qué aspectos	Comunicación organizacional y percepción ciudadana.
¿Quién?	Investigadora Alexandra Azanza.
¿Cuándo?	Del 1 al 30 enero de 2017.
¿Lugar de la recolección de la información	Parroquia La Matriz del cantón Ambato.
¿Cuántas veces?	Una sola vez a cada uno de los encuestados.
¿Qué técnica de recolección utilizará?	Entrevista Encuesta 1 Encuesta 2
¿Con qué instrumento?	Guía entrevista Cuestionario N° 1 Cuestionario N° 2
¿En qué situación?	Circunstancias y condiciones favorables para obtener resultados reales.

**Cuadro N° 3. Plan de recolección de información**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora



## **Técnicas e instrumentos de la investigación**

### **Entrevista**

La entrevista será realizada a la periodista institucional Andrea Játiva de la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA, su aporte es valioso porque es la Comunicadora Institucional con más tiempo laborando dentro de esa área y conoce de primera mano los procesos de comunicación desarrollados en la institución. La presente será realizada en función de una guía entrevista previa con siete preguntas, las mismas que serán de suma importancia para el desarrollo de la investigación.

### **Encuesta**

Se realizará una *primera* encuesta estructurada aplicada a los periodistas de medios de comunicación, que se encuentran en el ejercicio periodístico como **reporteros** en Ambato. Y la *segunda* encuesta será aplicada a los habitantes de la parroquia La Matriz del cantón Ambato. Además en ambas se incluirá una pregunta abierta, la misma que será tabulada manualmente según el mayor número de coincidencias en las respuestas obtenidas.

### **Cuestionario**

La encuesta está apoyada en un cuestionario, cuyas respuestas están bajo la dinámica de la escala de Likert desarrollado de dos diferentes maneras, el primero tendrá preguntas que solo serán respondidas por los *reporteros* de medios de comunicación de Ambato para conocer sus puntos de vistas de acuerdo a lo percibido a través del GADMA y la ciudadanía; y el segundo, estará en función de la *ciudadanía* para identificar la percepción que tienen sobre la gestión de la Municipalidad.

Previo a la aplicación de la encuesta y para su respectiva **validez** se desarrollará un cuestionario piloto, el mismo que será revisado por tres docentes de la carrera de Comunicación Social, posteriormente se tomará en cuenta las correcciones realizadas para determinar su **confiabilidad**, detectar posibles errores y mejorarlo antes de aplicar a la muestra poblacional.

### **Plan de procesamiento de la información**

Para analizar y procesar de manera adecuada los datos obtenidos en la presente investigación se procederá a:

#### **Codificar la información**

Después de enumerar cada una de las preguntas del cuestionario se procederá a clasificar los datos obtenidos; este proceso ayudará a analizar toda la información recolectada, sean las preguntas respondidas o en blanco.

#### **Tabular la información**

Los datos recolectados serán tabulados a través del software del programa estadístico IBM SPSS, el mismo que permite organizar de mejor manera la información y por ende facilita a la investigadora la interpretación de los resultados.

#### **Graficar los resultados**

Para familiarizarnos con los resultados obtenidos después de la tabulación, se representará por medio de gráficas estadísticas de barras, desarrolladas dentro del mismo programa estadístico.

### **Analizar e interpretar estadísticamente**

El análisis se realizará a través de porcentajes, de esta manera se podrá interpretar de manera adecuada los resultados obtenidos. Y se aplicará el Chi Cuadrado para la verificación de la hipótesis.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Encuesta N° 1

<b>Objetivo:</b> Conocer la percepción de los periodistas de medios de comunicación de Ambato respecto a la gestión del GADMA.
<b>Dirigido a:</b> Los periodistas de los medios de comunicación de Ambato, en el campo de reportería.
<b>Instrucciones:</b> Marque con una X según corresponda.

#### Identifique el medio en que labora:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido impreso	5	26,3	26,3	26,3
radio	6	31,6	31,6	57,9
televisión	8	42,1	42,1	100,0
Total	19	100,0	100,0	

#### Pregunta N° 1

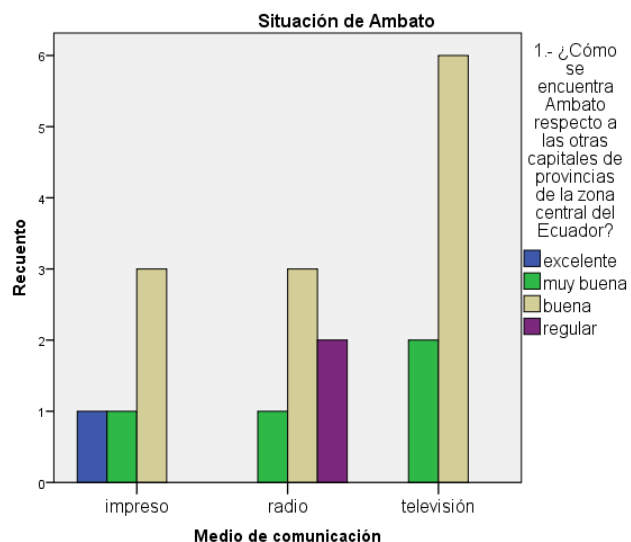
1.- ¿Cómo se encuentra Ambato respecto a las otras capitales de provincias de la zona central del Ecuador?

Situación de Ambato							
			Respuestas				Total
			excelente	muy buena	buena	regular	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	1	1	3	0	5
		%	20,0%	20,0%	60,0%	0,0%	100,0%
		% del total	5,3%	5,3%	15,8%	0,0%	26,3%
radio	radio	Recuento	0	1	3	2	6
		%	0,0%	16,7%	50,0%	33,3%	100,0%
		% del total	0,0%	5,3%	15,8%	10,5%	31,6%
televisión	televisión	Recuento	0	2	6	0	8
		%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,0%	10,5%	31,6%	0,0%	42,1%
Total		Recuento	1	4	12	2	19
		% del total	5,3%	21,1%	63,2%	10,5%	100,0%

#### Cuadro N° 4. Situación de Ambato

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora



**Gráfico N° 5. Situación de Ambato**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

### **Análisis**

Del 100% de los periodistas que se desenvuelven como reporteros en los diferentes medios de comunicación, el 5,3% que equivale a una persona de las 19 encuestadas manifiesta que Ambato está excelente respecto a otras capitales de la zona central. El 21,1% del total considera que es muy buena (impreso 5,3%, radio 5,3% y televisión 10,5%). Mientras que el 63,2% del total responde que es buena (impreso 15,8%, radio 15,8% y televisión 31,6%). El 10,5% opina que es regular y ningún encuestado manifiesta que es mala.

### **Interpretación**

Más de la mitad (63,2%) de los periodistas-reporteros encuestados perciben que la situación de Ambato es buena respecto a otras capitales provinciales de la zona centro del país. Y a pesar de que ninguno considera que es mala, tampoco hay un número considerable de encuestados que piensen que es excelente o muy buena.

**Pregunta N° 2**

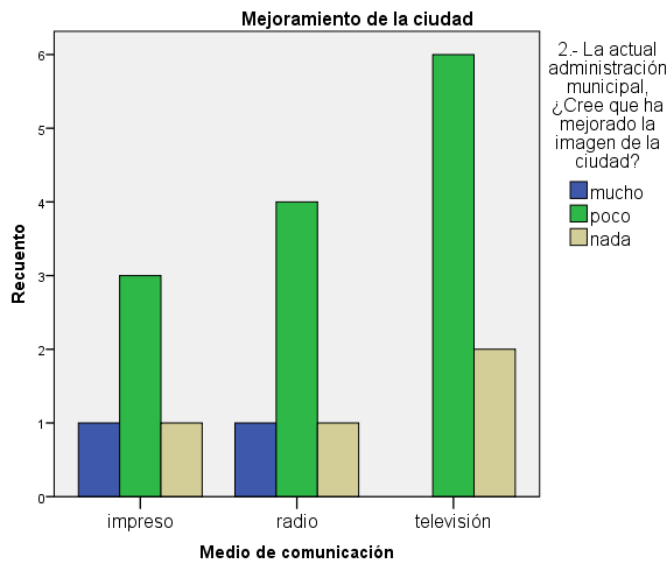
2.- La actual administración municipal, ¿Cree que ha mejorado la imagen de la ciudad?

Mejoramiento de la ciudad						
			Respuestas			Total
			mucho	poco	nada	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	1	3	1	5
		%	20,0%	60,0%	20,0%	100,0%
		% del total	5,3%	15,8%	5,3%	26,3%
	radio	Recuento	1	4	1	6
		%	16,7%	66,7%	16,7%	100,0%
		% del total	5,3%	21,1%	5,3%	31,6%
	televisión	Recuento	0	6	2	8
		%	0,0%	75,0%	25,0%	100,0%
		% del total	0,0%	31,6%	10,5%	42,1%
Total		Recuento	2	13	4	19
		% del total	10,5%	68,4%	21,1%	100,0%

**Cuadro N° 5. Mejoramiento de la ciudad**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 6. Mejoramiento de la ciudad**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

## Análisis

Del 100% de los periodistas que se desenvuelven como reporteros en los diferentes medios de comunicación, el 10,5% que equivale a dos personas de las 19 encuestadas manifiestan que la imagen de la ciudad ha mejorado mucho con la actual administración. El 68,4% responde que es poco (impreso 15,8%, radio 21,1% y televisión 31,6%). Y el 21,1% manifiesta que nada.

## Interpretación

Una mínima parte de los encuestados (10,5%) perciben que Ambato ha mejorado mucho con la actual administración. La mayoría considera que ha sido poco y otros que no han visto ningún mejoramiento de la ciudad.

## Pregunta N° 3

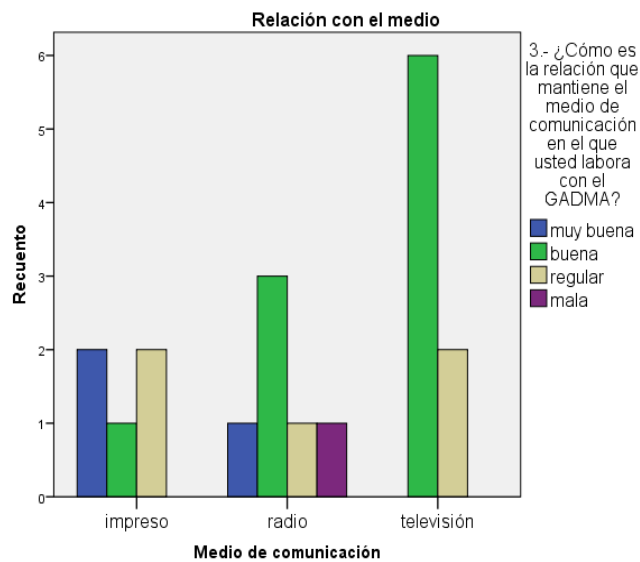
3.- ¿Cómo es la relación que mantiene el medio de comunicación en el que usted labora con el GADMA?

Relación con el medio							
			Respuestas				Total
			muy buena	buena	regular	mala	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	2	1	2	0	5
		%	40,0%	20,0%	40,0%	0,0%	100,0%
		% del total	10,5%	5,3%	10,5%	0,0%	26,3%
	radio	Recuento	1	3	1	1	6
		%	16,7%	50,0%	16,7%	16,7%	100,0%
		% del total	5,3%	15,8%	5,3%	5,3%	31,6%
televisión	Recuento	0	6	2	0	8	
	%	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%	100,0%	
	% del total	0,0%	31,6%	10,5%	0,0%	42,1%	
Total		Recuento	3	10	5	1	19
		% del total	<b>15,8%</b>	<b>52,6%</b>	<b>26,3%</b>	<b>5,3%</b>	<b>100,0%</b>

### Cuadro N° 6. Relación con el medio

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 7. Relación con el medio**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

**Análisis**

De los 19 periodistas encuestados que equivalen al 100%. Ninguno considera que el medio donde labora mantiene una excelente relación con el GADMA. El 15,8% manifiesta que es muy buena. El 52,5% responde que es buena (impreso 5,3%, radio 15,8% y televisión 31,6%). El 26,3% opina que es regular (impreso 10,5%, radio 5,3% y televisión 10,5%). Y una sola persona encuestada indicó que es mala la relación que mantiene su medio con la Municipalidad.

**Interpretación**

La totalidad de periodistas-reporteros encuestados considera que su medio de comunicación no mantiene una excelente relación con el GADMA. La mitad de ellos opinan que es buena. Mientras que un porcentaje considerable (31,6%) opina que la relación entre el medio y el municipio está por debajo de la media, es decir entre regular y mala.



**Pregunta N° 4**

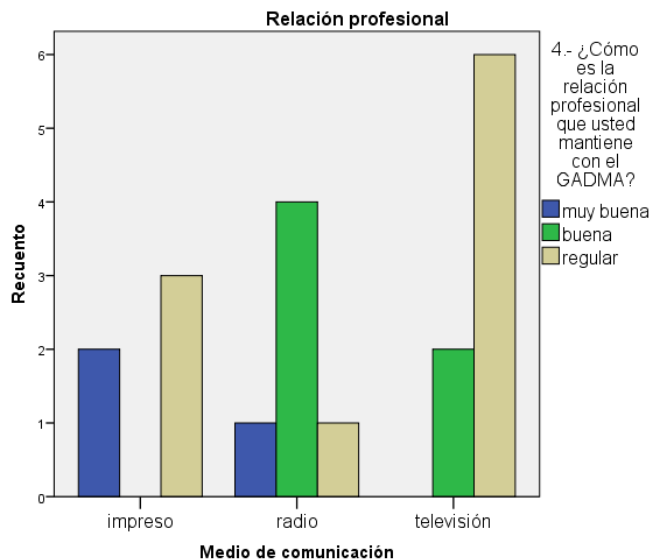
4.- ¿Cómo es la relación profesional que usted mantiene con el GADMA?

Relación profesional						
			Respuestas			Total
			muy buena	buena	regular	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	2	0	3	5
		%	40,0%	0,0%	60,0%	100,0%
		% del total	10,5%	0,0%	15,8%	26,3%
radio	Recuento	1	4	1	6	
	%	16,7%	66,7%	16,7%	100,0%	
	% del total	5,3%	21,1%	5,3%	31,6%	
televisión	Recuento	0	2	6	8	
	%	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%	
	% del total	0,0%	10,5%	31,6%	42,1%	
Total		Recuento	3	6	10	19
		% del total	15,8%	31,6%	52,6%	100,0%

**Cuadro N° 7. Relación profesional**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 8. Relación profesional**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

## Análisis

Del 100% de encuestados ninguno manifiesta que mantiene una excelente relación profesional con la Municipalidad. El 15,8% manifiesta que es muy buena. El 31,6% considera que es buena (impreso 0%, radio 21,1% y televisión 10,5%). El 52,6% responde que es regular (impreso 15,8%, radio 5,3% y televisión 31,6%). Y ninguno indica que es mala.

## Interpretación

Ningún periodista mantiene una relación profesional excelente con el GADMA, este resultado es similar al de la anterior pregunta anterior. La mayoría de periodistas-reporteros (52,6%) se relaciona profesionalmente por debajo de la media, es decir regular. Esto quiere decir que la relación directa entre periodistas y municipio está evidentemente a un paso de mala.

## Pregunta N° 5

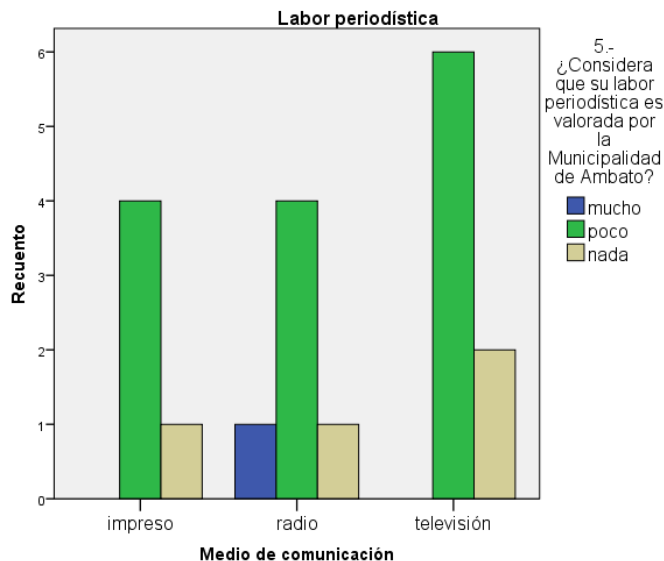
5.- ¿Considera que su labor periodística es valorada por la Municipalidad de Ambato?

<b>Labor periodística</b>						
			Respuestas			Total
			mucho	poco	nada	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	0	4	1	5
		%	0,0%	80,0%	20,0%	100,0%
		% del total	0,0%	21,1%	5,3%	26,3%
	radio	Recuento	1	4	1	6
		%	16,7%	66,7%	16,7%	100,0%
		% del total	5,3%	21,1%	5,3%	31,6%
	televisión	Recuento	0	6	2	8
		%	0,0%	75,0%	25,0%	100,0%
		% del total	0,0%	31,6%	10,5%	42,1%
Total		Recuento	1	14	4	19
		% del total	5,3%	73,7%	21,1%	100,0%

### Cuadro N° 8. Labor periodística

Elaborado por: Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 9. Labor periodística**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

### **Análisis**

Del 100% de encuestados una sola persona considera que su labor periodística es muy valorada por la Municipalidad, es decir el 5,3%. El 73,3% manifiesta que es poco valorada (impreso 21,1%, radio 21,1% y televisión 31,6%) y el 21,6% opina no es valorada.

### **Interpretación**

La relación entre periodistas y GADMA está resquebrajada, ya que consideran casi en su totalidad (94,8%) que en el GADMA se valora poco o nada el trabajo que realizan como periodistas-reporteros y tan solo un periodista considera que su trabajo es muy valorado por la institución.

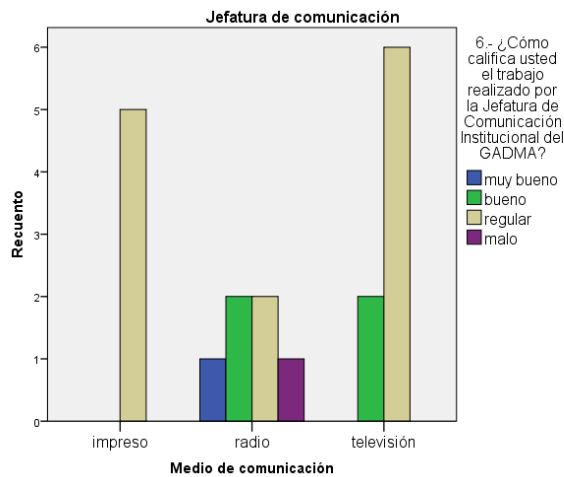
**Pregunta N° 6**

6.- ¿Cómo califica usted el trabajo realizado por la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA?

**Jefatura de Comunicación**

			Respuestas				Total
			muy bueno	bueno	regular	malo	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	0	0	5	0	5
		%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,0%	0,0%	26,3%	0,0%	26,3%
radio	Recuento	1	2	2	1	6	
	%	16,7%	33,3%	33,3%	16,7%	100,0%	
	% del total	5,3%	10,5%	10,5%	5,3%	31,6%	
televisión	Recuento	0	2	6	0	8	
	%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%	
	% del total	0,0%	10,5%	31,6%	0,0%	42,1%	
<b>Total</b>		Recuento	1	4	13	1	19
		% del total	5,3%	21,1%	68,4%	5,3%	100,0%

**Cuadro N° 9. Jefatura de Comunicación**  
**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez  
**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 10. Jefatura de comunicación**  
**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez  
**Fuente:** La Investigadora

**Análisis**

Del 100% de encuestados, ninguno considera que es excelente el trabajo que realiza la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA, es decir 0%. El 5,3% manifiesta que es muy bueno. El 21,1% opina que es bueno. El 68,4% responde que es regular (impreso 26,3%, radio 10,5% y televisión 31,6%). Y el 5,3% dice que es malo el trabajo desempeñado por la jefatura.

### Interpretación

La mayoría de periodistas-reporteros (68,4%) percibe que el trabajo realizado por la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA está por debajo de la media, es decir regular. Se evidencia que con los reporteros de medios impresos existe algún tipo de discrepancias porque todos coinciden en mantener la misma respuesta, regular. Y no existe un solo periodista que se atreva a afirmar que es excelente el trabajo desempeñado por dicho departamento.

### Pregunta N° 7

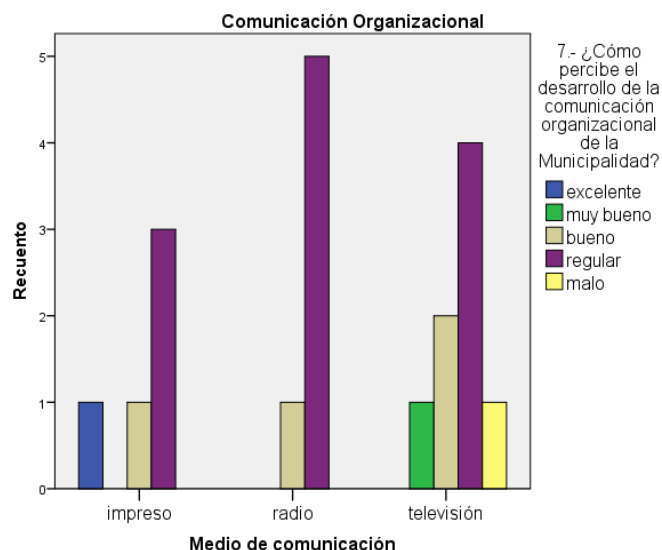
7.- ¿Cómo percibe el desarrollo de la comunicación organizacional de la Municipalidad?

Comunicación Organizacional								
			Respuestas					Total
			excelente	muy bueno	bueno	regular	malo	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	1	0	1	3	0	5
		%	20,0%	0,0%	20,0%	60,0%	0,0%	100,0%
		% del total	5,3%	0,0%	5,3%	15,8%	0,0%	26,3%
	radio	Recuento	0	0	1	5	0	6
		%	0,0%	0,0%	16,7%	83,3%	0,0%	100,0%
		% del total	0,0%	0,0%	5,3%	26,3%	0,0%	31,6%
televisión	Recuento	0	1	2	4	1	8	
	%	0,0%	12,5%	25,0%	50,0%	12,5%	100,0%	
	% del total	0,0%	5,3%	10,5%	21,1%	5,3%	42,1%	
Total		Recuento	1	1	4	12	1	19
		% del total	5,3%	5,3%	21,1%	63,2%	5,3%	100,0%

#### Cuadro N° 10. Comunicación Organizacional

Elaborado por: Alba Alexandra Azanza Pérez

Fuente: La Investigadora



**Gráfico N° 11. Comunicación Organizacional**  
**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez  
**Fuente:** La Investigadora

### **Análisis**

Del total de 19 encuestados, un periodista (5,3%) considera excelente el desarrollo de la comunicación organizacional de la Municipalidad. Así mismo el 5,3% responde que es muy bueno. El 21,1% se pronuncia que es bueno. El 63,2% le percibe como regular y el 5,3% afirma que es malo.

### **Interpretación**

Los encuestados son profesionales de la comunicación y son los “intermediarios” entre el medio de comunicación y el GADMA, son quienes se encuentran en ejercicio de reportería y están al tanto de lo que sucede dentro y fuera de la Municipalidad de Ambato, por lo que su opinión es importante para la presente investigación. Ellos coinciden que el desarrollo de la comunicación organizacional dentro del GADMA es regular, es decir por debajo de la media. No hay quien afirme que sea excelente y tampoco malo. Pero la respuesta obtenida de los encuestados (73,3%) se encuentra a un paso de la última.

**Pregunta N° 8 (abierta)**

8.- ¿Qué recomendaría usted para mejorar la comunicación externa del GADMA?

Los periodistas reporteros de los distintos medios de comunicación de la ciudad coinciden en lo que consideran “trabas” impuestas por la Jefatura de Comunicación Institucional de la Municipalidad al solicitar una entrevista a los funcionarios del mismo.

Aseveran que la institución debe facilitar la información en el momento preciso sin ninguna clase de trámite burocrático para que sea transmitida a la ciudadanía de manera oportuna.

La información generada debe ir a la par con los acontecimientos de tal manera que permita la toma de decisiones y la actuación inmediata, pero los reporteros se sienten inconformes con el desarrollo de su trabajo, porque no los dejan realizarse como quisieran, al punto que ni una fotografía puede ser tomada de manera espontánea.

Por otra parte, perciben cierta hostilidad por parte de los periodistas institucionales del GADMA, cuando solicitan entrevistas fuera de las ruedas de prensa oficiales que son dadas en la ciudad.

Y la información que genera la jefatura debería ser sobre todas las direcciones que abarca el municipio y no solo sobre la imagen del alcalde y sus obras.

## Entrevista a periodista institucional del GADMA

MATRIZ DE ENTREVISTA		
<b>Objetivo:</b> Conocer el desarrollo de la comunicación organizacional del GAD Municipalidad de Ambato.		
<b>Instrucciones:</b> Responder al siguiente cuestionario de manera clara, objetiva y concreta.		
<b>LUGAR:</b> Edificio Matriz de la Municipalidad de Ambato.		<b>Fecha:</b> 30 de enero de 2017
Entrevistada Nombre y cargo	Preguntas y respuestas	Interpretación
Andrea Játiva  Periodista Institucional	<p><b>1. ¿Cuál es la estructura de la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA?</b></p> <p>La Jefatura de Comunicación Institucional, no es una dirección de comunicación, está sujeta a la Secretaría Ejecutiva de la Alcaldía de Ambato cuya titular es la Ing. Sonia Armas. Con el jefe Javier Álvarez, la secretaria Nelly Velásquez, dos periodistas institucionales Andrea Játiva y Nathalie Barragán, un diseñador Daniel Alajo, un camarógrafo Diego Peralvo y un fotógrafo Carlos López. Total siete personas.</p>	<p>No es una dirección, por ende no tiene la autonomía suficiente para generar información de otros departamentos del municipio mismo. Está sujeta a Secretaría Ejecutiva de la Alcaldía, es por esto que están más enrolados en la imagen y reputación del alcalde.</p>
	<p><b>2. ¿Cómo se desarrolla la comunicación interna del municipio?</b></p> <p>Abarca varios canales internos: oficios, mails, memorándum, etc. dentro del correo</p>	



<p>de la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA</p>	<p>interno Office 365 y para agilizar la información reuniones previas y el boca a boca.</p> <p><b>3. ¿Cómo se desarrolla la comunicación externa con los medios de comunicación y la ciudadanía específicamente?</b></p> <p>Para los periodistas de medios de comunicación que quieran acceder a una entrevista con los directores departamentales deben solicitar vía telefónica a la Jefatura de Comunicación Institucional agendando los temas puntuales para ver la disponibilidad y tiempo de quienes solicitan, a más tardar de un día al otro. Con el objetivo que no salgan las entrevistas confusas o por el apuro vayan a descontextualizarse los temas.</p> <p>Se informa a la ciudadanía mediante el envío de correos electrónicos a los periodistas con las noticias generadas por Comunicación para su difusión. Además la información es subida a la página web del GADMA, Facebook. Twitter y en caso de posicionar temas se hace en campañas. Otra forma de comunicación son las ruedas de prensa establecidas los días lunes y viernes y dependiendo la coyuntura salen de igual forma los directores departamentales para dar entrevistas.</p> <p><b>4. ¿Existe algún departamento donde la</b></p>	<p>constancia de los mensajes intercambiados. Y la informal agiliza la información entre los funcionarios.</p> <p>Para evitar problemas asociados con la Ley Orgánica de Comunicación como el derecho a la réplica y otros similares se les pide realizar este tipo de protocolo previo a una entrevista, pero esto a su vez sirve para que el director se prepare y ensaye lo que va a decir y lo que no. Además como es de un día al otro, la difusión se retrasa y no sale en el momento preciso.</p> <p>No se ve un contacto directo con la ciudadanía, todo es mediante lo oficialmente establecido y redes sociales para informar con una mínima retroalimentación.</p> <p>Solo hay una dirección</p>
---	---	---

	<p><b>ciudadanía pueda dar su opinión directamente?</b></p> <p>Existe la Dirección de Participación Ciudadana que tiene relación directa con los diferentes actores y grupos sociales del cantón.</p> <p><b>5. Desde la comunicación ¿Cómo responden a las inquietudes de la ciudadanía sobre la gestión municipal?</b></p> <p>Si es vía redes sociales respondemos por ese medio, o si es vía oficio o se pide reunión con el alcalde son otros medios de comunicación, se agenda con el director o encargado específico y si es directamente con el alcalde el asesor se encarga de agendar.</p> <p><b>6. ¿Por qué existe poca información sobre las direcciones y demás departamentos del municipio y están más enfocados en el</b></p>	<p>oficialmente establecida por lo que es mínima la interacción de la ciudadanía. . Ya que no puede expresarse libremente lo que piensa y siente porque sabe que es un organismo parte de la institución en sí.</p> <p>Las redes sociales son el canal entre el GADMA y la ciudadanía es por esto que los comentarios dentro de Facebook o Twitter dejan entrever la verdadera percepción que tienen sobre la actual gestión. Y no hay una persona profesional de la comunicación encargada exclusivamente de redes sociales para que responda de manera rápida y eficiente las inquietudes, quejas y reclamos que día a día la ciudadanía publica en la Fanspage de la Municipalidad. Por otra parte es fácil manipular lo que en ella se refleja, ya que si bien se puede responder a comentarios o tomar en cuenta las opiniones de sus seguidores también se puede eliminar comentarios y bloquear usuarios cuya opinión es diferente.</p> <p>Las obras del alcalde son la</p>
--	--	--

	<p><b>alcalde y sus obras?</b></p> <p>A mi criterio, lógicamente es un municipio y está liderado por una administración entonces lo que tiene primicia es el alcalde y sus obras. Pero el municipio no solo es eso, sino también sus direcciones, por esto cada semana se establece una agenda con el jefe de comunicación y las periodistas recogen la información no solo del alcalde o de las inauguraciones porque esto no es de todos los días, sino dependiendo la coyuntura informativa de las direcciones que generen temas más importantes.</p> <p>Ahora no todo es noticia y como solo somos dos personas no se puede sacar cinco noticias de una sola dirección, es por esto que se abrieron cinco Facebook de varias direcciones para que a través de ellos mismos que hacen el día a día, no se dé este problema que no hay información y la ciudadanía pueda ver eso.</p> <p><b>7. Según una encuesta realizada por mi persona los periodistas mencionan que se les ha restringido el acceso a la información, ¿A qué se debe esto?</b></p> <p>Los periodistas dicen que se ha restringido</p>	<p>primicia de la información que genera el GADMA, es la forma de demostrar que la actual gestión está trabajando. Y a pesar de esto, la ciudadanía no lo percibe de la misma manera, es por esto que debe reforzar sus relaciones con los medios de comunicación que son quienes transmiten el mensaje.</p> <p>Además se evidencia la falta de un profesional de la comunicación experto en redes sociales: un Community Manager, que su trabajo sea exclusivo de redes sociales y que su atención sea ágil y permanente de las consultas y requerimientos que la ciudadanía solicita, porque al haber dos personas que están en búsqueda de información es obvio que el tema de redes sociales queda a un segundo plano.</p> <p>Si bien los directores del GADMA son los responsables directos de lo que sucede en sus unidades departamentales, sus respuestas podrían estar</p>
--	--	---

	<p>el acceso a la información, pero no es así, a mi criterio a la prensa les falta investigar un poquito más y hacer las cosas bien. Por ejemplo tú eres una directora y te dicen ¿cuál es el índice de accidentes de tránsito del feriado pasado?, este no es un dato que puedes manejarlo mentalmente y tienes que acudir a tu equipo para que te lo procese. Entonces por eso es se le pide al periodista con anticipación de un día diga el tema específico, no las preguntas, así el director se prepara con la información y al día siguiente se la da.</p> <p>En otras administraciones cualquier persona podía dar información ya sean técnicos o jefes a cualquiera que lo solicitaba, esto derivaba bastantes problemas porque luego viene la rectificación, la réplica, que yo no dije eso, etc.; entonces ahora solo el director o directora está autorizado a dar entrevistas.</p>	<p>recargadas de subjetividad ya que se debe a sus superiores, no así un empleado que tiene más libertad para expresar y opinar sobre lo que sucede, a pesar de no estar preparado técnicamente.</p> <p>Además, al tener previamente el tema a tratar y un día de anticipación, puede preparar sus respuestas y asesorarse de lo que puede decir o no.</p> <p>Por otra parte los periodistas al conocer el proceso previo a una entrevista y esperar un día, prefieren dejarla de lado, ya que la máxima de la información es la rapidez con la que se genere en el momento preciso.</p>
--	---	--

**Cuadro N°11. Matriz de Entrevista**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

## Encuesta N° 2

<b>Objetivo:</b> Conocer la percepción ciudadana sobre la gestión de la Municipalidad de Ambato.
<b>Dirigido a:</b> Los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato.
<b>Instrucciones:</b> Marque con una X según corresponda.

### Identifique su edad dentro de los rangos:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15 - 25 años	87	23,0	23,0	23,0
	26 - 49 años	146	38,6	38,6	61,6
	más de 50 años	145	38,4	38,4	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

### Pregunta N° 1

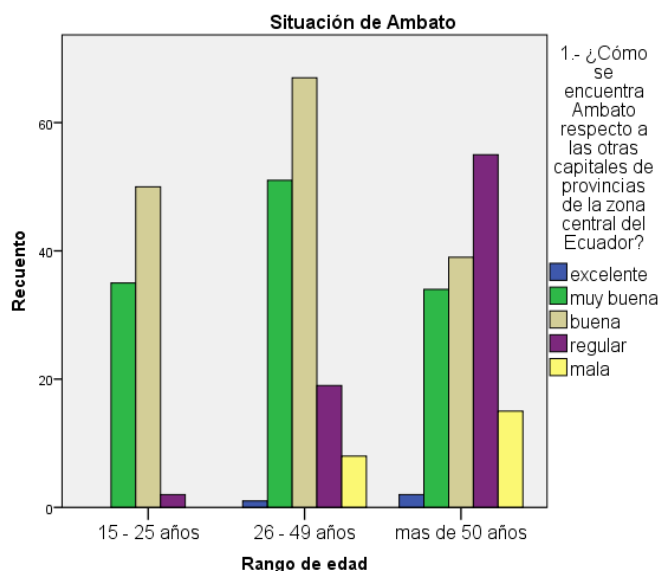
1.- ¿Cómo se encuentra Ambato respecto a las otras capitales de provincias de la zona central del Ecuador?

Situación de Ambato								
			Respuestas					Total
			excelente	muy buena	buena	regular	mala	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	0	35	50	2	0	87
		%	0,0%	40,2%	57,5%	2,3%	0,0%	100,0%
		% del total	0,0%	9,3%	13,2%	,5%	0,0%	23,0%
26 - 49 años		Recuento	1	51	67	19	8	146
		%	,7%	34,9%	45,9%	13,0%	5,5%	100,0%
		% del total	,3%	13,5%	17,7%	5,0%	2,1%	38,6%
más de 50 años		Recuento	2	34	39	55	15	145
		%	1,4%	23,4%	26,9%	37,9%	10,3%	100,0%
		% del total	,5%	9,0%	10,3%	14,6%	4,0%	38,4%
Total		Recuento	3	120	156	76	23	378
		% del total	,8%	31,7%	41,3%	20,1%	6,1%	100,0%

### Cuadro N° 12. Situación de Ambato

Elaborado por: Alba Alexandra Azanza Pérez

Fuente: La Investigadora



**Gráfico N° 12. Situación de Ambato**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

### **Análisis**

Del 100% encuestado, el 0,80% considera que la situación de Ambato es excelente con respecto a las otras capitales de provincias de la zona central del Ecuador. El 31,7% cree que su situación es muy buena. El 41,3% considera que es buena. El 20,1% opina que es regular y el 6,1% considera que es mala.

### **Interpretación**

Para los habitantes de la parroquia urbana La Matriz consideran que Ambato está en una buena situación, es decir favorable con respecto a las otras capitales de provincias de la zona central del Ecuador. Es por esto que la mayoría de respuestas se agrupan entre muy buena y buena, dando un total de 73%.

### **Pregunta N° 2**

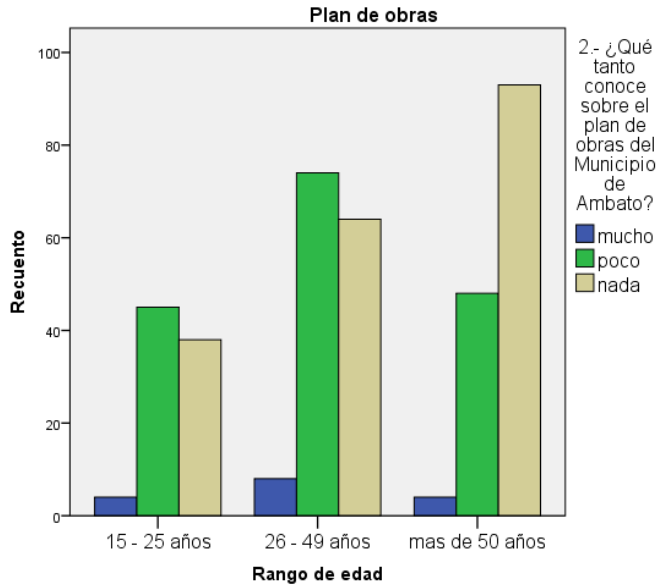
2.- ¿Qué tanto conoce sobre el plan de obras del Municipio de Ambato?

Plan de Obras						
			Respuestas			Total
			mucho	poco	nada	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	4	45	38	87
		%	4,6%	51,7%	43,7%	100,0%
		% del total	1,1%	11,9%	10,1%	23,0%
26 - 49 años		Recuento	8	74	64	146
		%	5,5%	50,7%	43,8%	100,0%
		% del total	2,1%	19,6%	16,9%	38,6%
más de 50 años		Recuento	4	48	93	145
		%	2,8%	33,1%	64,1%	100,0%
		% del total	1,1%	12,7%	24,6%	38,4%
Total		Recuento	16	167	195	378
		% del total	4,2%	44,2%	51,6%	100,0%

**Cuadro N° 13. Plan de Obras**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 13. Plan de Obras**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

## Análisis

Del total de encuestados el 4,2% conoce mucho sobre el Plan de Obras del Municipio de Ambato. El 44,2% conoce poco y el 51,6% no conoce nada sobre el tema.

### Interpretación

Casi en su totalidad de la muestra poblacional ignora totalmente (51,6%) o conoce muy poco (44,2%) sobre el Plan de Obras que maneja el Municipio de Ambato. Existe falta de información por parte de la institución o a su vez, falta de interés de la ciudadanía en temas relacionados a su municipio.

### Pregunta N° 3

3.- ¿Ha notado cambios significativos/trascendentales en la imagen de la ciudad con la administración actual del Municipio?

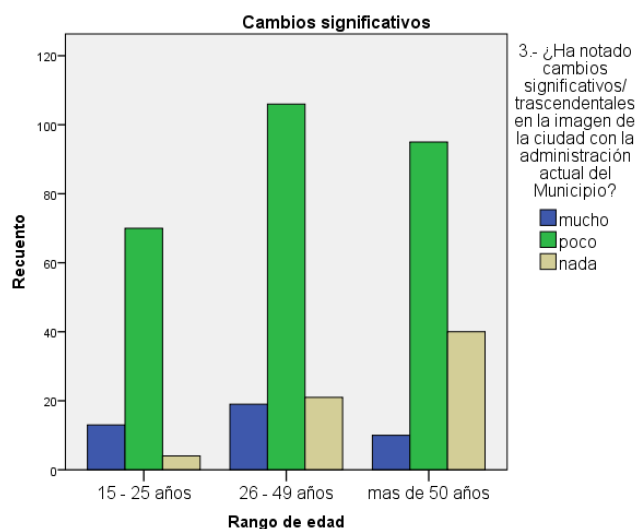
Cambios significativos						
			Respuestas			Total
			mucho	poco	nada	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento %	13 14,9%	70 80,5%	4 4,6%	87 100,0%
		% del total	3,4%	18,5%	1,1%	23,0%
	26 - 49 años	Recuento %	19 13,0%	106 72,6%	21 14,4%	146 100,0%
	% del total	5,0%	28,0%	5,6%	38,6%	
más de 50 años	Recuento %	10 6,9%	95 65,5%	40 27,6%	145 100,0%	
	% del total	2,6%	25,1%	10,6%	38,4%	
	Total	Recuento %	42 11,1%	271 71,7%	65 17,2%	378 100,0%

**Cuadro N° 14. Cambios significativos**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora





**Gráfico N° 14. Cambios significativos**  
**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez  
**Fuente:** La Investigadora

### **Análisis**

De los 378 encuestados, el 11,1% ha notado muchos cambios significativos en la imagen de la ciudad, mientras que para el 71,7% el cambio ha sido poco y para el 17,2% no habido ningún cambio trascendental en la ciudad.

### **Interpretación**

Para los habitantes de la parroquia urbana La Matriz el GADMA no ha trabajado lo suficiente como para mejorar a la ciudad y que ese trabajo sea visibilizado, ya que han notado un cambio poco significativo en la imagen de Ambato porque coinciden en casi su totalidad que ha sido poco o nada (88,9%) evidente los cambios realizados por la actual administración municipal.

### **Pregunta N° 4**

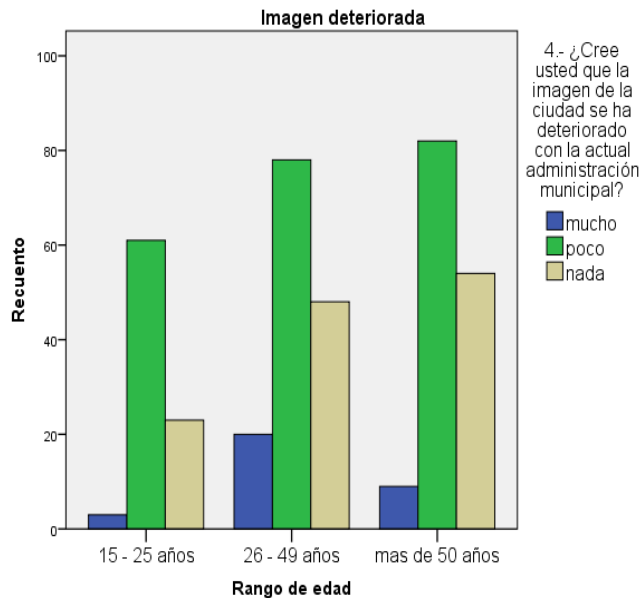
4.- ¿Cree usted que la imagen de la ciudad se ha deteriorado con la actual administración municipal?

Imagen deteriorada						
		Respuestas			Total	
		mucho	poco	nada		
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	3	61	23	87
		%	3,4%	70,1%	26,4%	100,0%
		% del total	,8%	16,1%	6,1%	23,0%
26 - 49 años		Recuento	20	78	48	146
		%	13,7%	53,4%	32,9%	100,0%
		% del total	5,3%	20,6%	12,7%	38,6%
más de 50 años		Recuento	9	82	54	145
		%	6,2%	56,6%	37,2%	100,0%
		% del total	2,4%	21,7%	14,3%	38,4%
Total		Recuento	32	221	125	378
		% del total	8,5%	58,5%	33,1%	100,0%

**Cuadro N° 15. Imagen deteriorada**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 15. Imagen deteriorada**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

## Análisis

Del total de encuestados, el 8,5% cree que la imagen de la ciudad se ha deteriorado mucho con la actual administración, mientras que para el 58,5% considera que ha sido poco y el 33,1% opina que no habido ningún deterioro en este periodo de tiempo.

## Interpretación

Un poco más de la mitad de los encuestados (58,5%) considera que la ciudad se ha deteriorado un poco, respuesta ubicada dentro de la media. Si bien en la anterior pregunta, la gran mayoría consideraba que no había cambios significativos en la imagen de la ciudad; en esta pregunta coinciden que ha sido poco o ninguno el deterioro de la imagen de Ambato.

## Pregunta N° 5

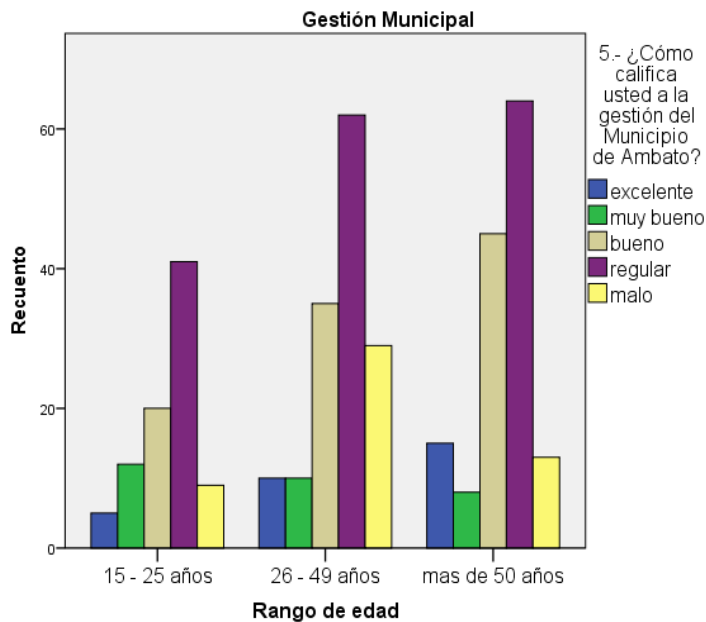
5.- ¿Cómo califica usted a la gestión del Municipio de Ambato?

Gestión Municipal								
			Respuestas					Total
			excelente	muy bueno	bueno	regular	malo	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	5	12	20	41	9	87
		%	5,7%	13,8%	23,0%	47,1%	10,3%	100,0%
		% del total	1,3%	3,2%	5,3%	10,8%	2,4%	23,0%
26 - 49 años	26 - 49 años	Recuento	10	10	35	62	29	146
		%	6,8%	6,8%	24,0%	42,5%	19,9%	100,0%
		% del total	2,6%	2,6%	9,3%	16,4%	7,7%	38,6%
más de 50 años	más de 50 años	Recuento	15	8	45	64	13	145
		%	10,3%	5,5%	31,0%	44,1%	9,0%	100,0%
		% del total	4,0%	2,1%	11,9%	16,9%	3,4%	38,4%
Total		Recuento	30	30	100	167	51	378
		% del total	7,9%	7,9%	26,5%	44,2%	13,5%	100,0%

### Cuadro N° 16. Gestión municipal

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 16. Gestión Municipal**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

### **Análisis**

Del total de encuestados, el 7,9% manifiesta que la gestión del Municipio de Ambato es excelente, el 7,9% considera que es muy buena, el 26,5% opina que es buena, el 44,2% percibe que es regular y el 13,5% afirma que es mala.

### **Interpretación**

Más de la mitad de los encuestados percibe que la gestión realizada por el Municipio de Ambato es regular y mala (57,7%), es decir por debajo de la media. Otro porcentaje considera que la gestión es buena (26,5%) pero éste no es representativo.

### **Pregunta N° 6**

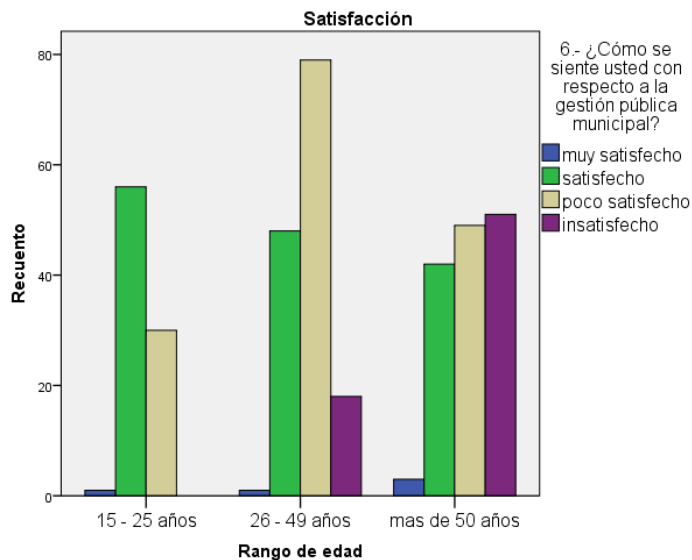
6.- ¿Cómo se siente usted con respecto a la gestión pública municipal?

Satisfacción							
		Respuestas				Total	
		muy satisfecho	satisfecho	poco satisfecho	insatisfecho		
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento 1 %,3%	56 64,4% 14,8%	30 34,5% 7,9%	0 0,0% 0,0%	87 100,0% 23,0%	
	26 - 49 años	Recuento 1 %,3%	48 32,9% 12,7%	79 54,1% 20,9%	18 12,3% 4,8%	146 100,0% 38,6%	
	más de 50 años	Recuento 3 %,8%	42 29,0% 11,1%	49 33,8% 13,0%	51 35,2% 13,5%	145 100,0% 38,4%	
Total		Recuento 5 %,3%	146 38,6%	158 41,8%	69 18,3%	378 100,0%	

**Cuadro N° 17. Satisfacción**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 17. Satisfacción**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

## Análisis

Del total de encuestados, el 1,3% se siente muy satisfecho con la actual gestión municipal, el 38,6% se siente satisfecho, el 41,8% se siente poco satisfecho y el 18,3% se siente insatisfecho.

### Interpretación

Para los encuestados, la gestión pública que realiza el GADMA no satisface sus necesidades, y esta inconformidad se ve reflejada en los resultados, ya que el 60,1% se sienten poco o nada satisfechos frente a un porcentaje muy mínimo que se siente muy satisfecho con dicha gestión.

### Pregunta N° 7

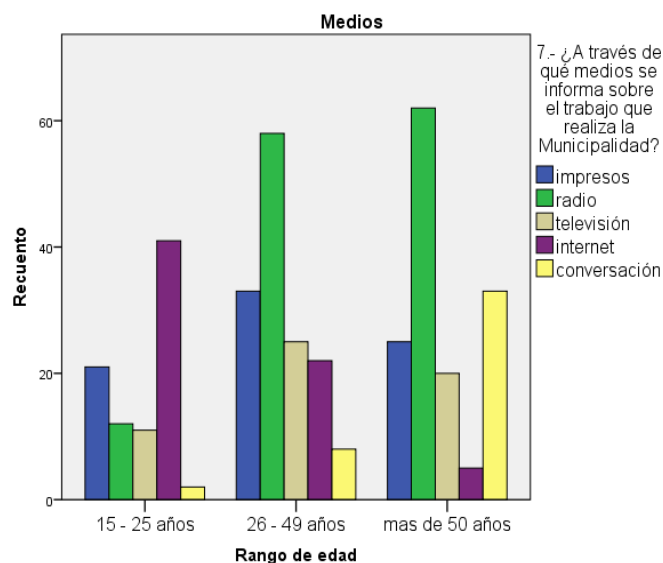
7.- ¿A través de qué medios se informa sobre el trabajo que realiza la Municipalidad?

Medios							
		Respuestas					Total
		impreso	radio	televisión	internet	conversación	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento 21 24,1% 5,6%	12 13,8% 3,2%	11 12,6% 2,9%	41 47,1% 10,8%	2 2,3% ,5%	87 100,0% 23,0%
	26 - 49 años	Recuento 33 22,6% 8,7%	58 39,7% 15,3%	25 17,1% 6,6%	22 15,1% 5,8%	8 5,5% 2,1%	146 100,0% 38,6%
	más de 50 años	Recuento 25 17,2% 6,6%	62 42,8% 16,4%	20 13,8% 5,3%	5 3,4% 1,3%	33 22,8% 8,7%	145 100,0% 38,4%
Total		Recuento 79 20,9%	132 34,9%	56 14,8%	68 18,0%	43 11,4%	378 100,0%

#### Cuadro N° 18. Medios

Elaborado por: Alba Alexandra Azanza Pérez

Fuente: La Investigadora



**Gráfico N° 18. Medios**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

### Análisis

Del 100%, el 20,9% de encuestados se informa sobre el trabajo municipal a través de medios impresos, el 34,9% a través de la radio, el 14,8% por televisión, 18% por internet y el 11,4% a través de la cotidianidad de una conversación.

### Interpretación

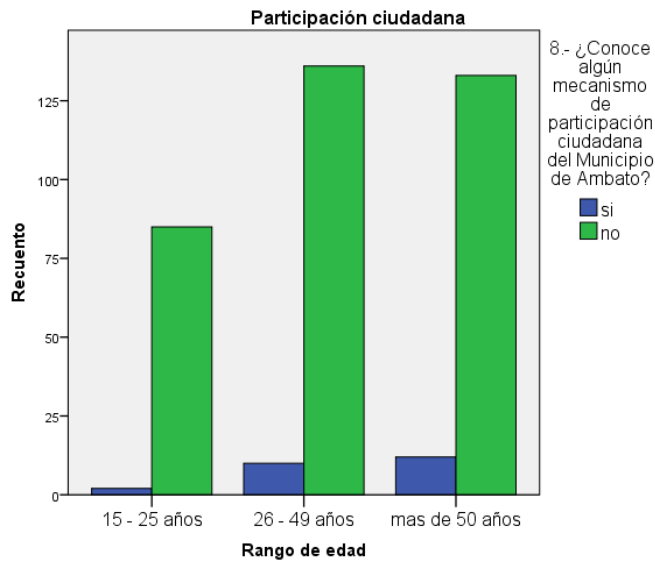
El medio de comunicación para informarse sobre el trabajo que realiza el GADMA y que predomina es la radio con el 34,90%, seguido de los medios impresos, luego el internet, posteriormente la televisión y por último a través de una conversación. Cabe recalcar que el internet predomina como medio de información para los jóvenes, seguido de los adultos y en un porcentaje mínimo en los adultos mayores de 50 años. Así mismo, informarse a través de la cotidianidad de una conversación predomina en los adultos mayores de 50 años, no así en los jóvenes es un porcentaje mínimo, seguido de los adultos.

**Pregunta N° 8**

8.- ¿Conoce algún mecanismo de participación ciudadana del Municipio de Ambato?

Participación ciudadana					
		Respuestas		Total	
		si	no		
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	2	85	87
		%	2,3%	97,7%	100,0%
		% del total	,5%	22,5%	23,0%
26 - 49 años		Recuento	10	136	146
		%	6,8%	93,2%	100,0%
		% del total	2,6%	36,0%	38,6%
más de 50 años		Recuento	12	133	145
		%	8,3%	91,7%	100,0%
		% del total	3,2%	35,2%	38,4%
Total		Recuento	24	354	378
		% del total	6,3%	93,7%	100,0%

**Cuadro N° 19. Participación ciudadana**  
**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez  
**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 19. Participación ciudadana**  
**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez  
**Fuente:** La Investigadora



## Análisis

De los 378 encuestados, el 6,3% afirma que conoce algún mecanismo de participación ciudadana del municipio y el 93,7% asegura que no conoce ninguno.

## Interpretación

Casi todos los encuestados (93,7%) no se sienten partícipes en las decisiones que toma el GADMA, por lo que ignoran alguna forma de participación ciudadana, esto incide en el bajo nivel de satisfacción sobre la gestión pública municipal de la pregunta 6.

## Pregunta N° 9

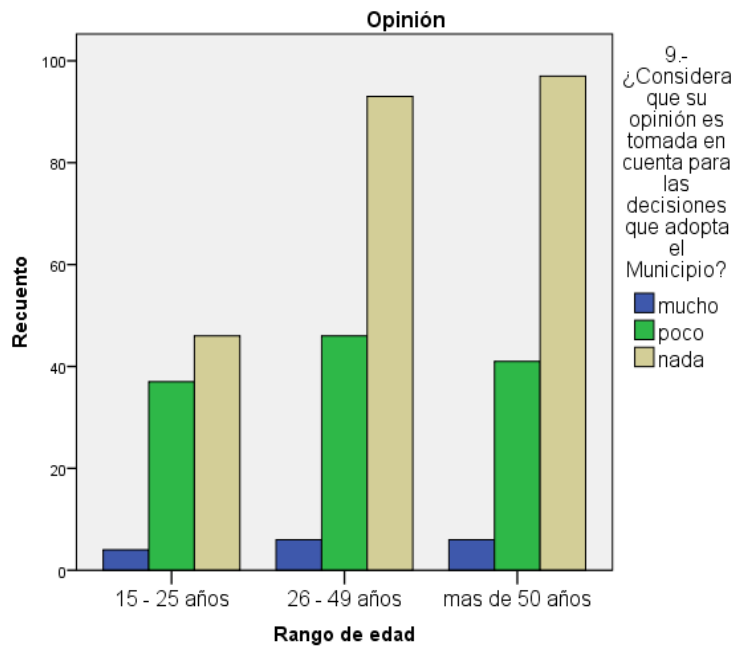
9.- ¿Considera que su opinión es tomada en cuenta para las decisiones que adopta el Municipio?

Opinión						
			Respuestas			Total
			mucho	poco	nada	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	4	37	46	87
		%	4,6%	42,5%	52,9%	100,0%
		% del total	1,1%	9,8%	12,2%	23,1%
	26 - 49 años	Recuento	6	46	93	145
		%	4,1%	31,7%	64,1%	100,0%
		% del total	1,6%	12,2%	24,7%	38,6%
	más de 50 años	Recuento	6	41	97	144
		%	4,2%	28,5%	67,4%	100,0%
		% del total	1,6%	10,9%	25,8%	38,3%
Total		Recuento	16	124	236	376
		%	4,3%	33,0%	62,8%	100,0%
		% del total	4,3%	33,0%	62,8%	100,0%

### Cuadro N° 20. Opinión

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora



**Gráfico N° 20. Opinión**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

### **Análisis**

Del total de encuestados, el 4,3% considera que su opinión es muy tomada en cuenta para las decisiones que adopta el municipio, el 33% responden que es poco valorada y el 62,8% afirma que para nada es tomada en cuenta su opinión en las decisiones tomadas por el GADMA.

### **Interpretación**

En su mayoría, los encuestados no se sienten escuchados y consideran que su opinión no es tomada en cuenta para las decisiones que adopta el Municipio, esto refleja en la casi totalidad que respondieron que poco o nada su opinión es valorada (95,7%) frente a un porcentaje reducido que cree que si lo es.

### **Pregunta N° 10**

10.- ¿Qué considera Ud. que le hace falta a la actual administración municipal?

Según el mayor número de coincidencias en las respuestas, los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato consideran que a la actual administración le hace falta dar a conocer las decisiones, obras y cualquier tipo de información que sea en beneficio de la comunidad, seguido de comunicación y diálogo por parte de autoridades y funcionarios, además de la falta de participación ciudadana, razones válidas por las que dicen sentirse aislados y quisieran más protagonismo para las decisiones que adopte la Municipalidad, posteriormente le sigue la pésima atención al cliente que reciben por parte de casi todos quienes conforman el municipio empezando desde el guardia hasta el propio alcalde. Son muy pocas las respuestas en las que se hace referencia a los impuestos, calles, vivienda, tránsito, falta de valores, etc. Y fue muy reducida la cantidad de encuestados que no respondieron o que consideran que no le hace falta nada.

### **Verificación de la hipótesis**

Hipótesis: La comunicación organizacional influye en la percepción ciudadana de los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato respecto a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.

Variable independiente: Comunicación organizacional

Variable dependiente: Percepción ciudadana

### **Nivel de significancia**

El nivel de significancia con el que se va trabajar es de 0,05 que en porcentaje equivale al 5%.

### Elección de la prueba estadística

Para la verificación de hipótesis de la presente investigación se escogió la herramienta de Chi Cuadrado de Pearson dentro del Software de IBM SPSS.

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

O= observadas

E= esperadas

### Cruce de variables

Preguntas seleccionadas para el cruce de variables:

*Encuesta 1*, aplicada a 19 periodistas de medios de comunicación de Ambato, que se encuentran en el ejercicio periodístico como **reporteros**.

7.- ¿Cómo percibe el desarrollo de la comunicación organizacional de la Municipalidad?

*Encuesta 2*, aplicada a 378 personas de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato,

5.- ¿Cómo califica usted a la gestión del Municipio de Ambato?

A continuación se ha realizado es siguiente cuadro para fusionar el número de frecuencias entre los dos conjuntos de datos. Primero se los ha convertido a porcentajes bajo la regla de tres simple para agruparlos dentro de un 100%, luego a estos porcentajes se los ha transformado a números y por último se los ha codificado a números enteros dentro de un total de 200 datos. De esta manera se ha fusionado los dos tipos de muestras: Periodistas (pregunta 7) y ciudadanía (pregunta 5).

### Fusión de los dos conjuntos de datos y conversión a números enteros

Número encuestados						
Variables	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Regular	Total
Encuesta 1-pregunta 7	1	1	4	12	1	19
Encuesta 2-pregunta 5	4	38	167	141	28	378
Conversión a porcentajes						
Variables	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Regular	Total
Encuesta 1-pregunta 7	5,26%	5,26%	21,06%	63,16%	5,26%	100%
Encuesta 2-pregunta 5	1,06%	10,05%	44,18%	37,30%	7,41%	100%
Conversión a números						
Variables	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Regular	Total
Encuesta 1-pregunta 7	0,05	0,05	0,22	0,63	0,05	1,00
Encuesta 2-pregunta 5	0,02	0,10	0,44	0,37	0,07	1,00
Conversión a números enteros						
Variables	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Regular	Total
Encuesta 1-pregunta 7	5	5	22	63	5	<b>100</b>
Encuesta 2-pregunta 5	2	10	44	37	7	<b>100</b>
<b>Suma</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>66</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>200</b>

#### Cuadro N° 21. Fusión de los dos conjuntos de datos

Elaborado por: Alba Alexandra Azanza Pérez

Fuente: La Investigadora

Una vez fusionado las frecuencias de ambos conjuntos se procede a realizar el cruce de variables en el siguiente cuadro:

Periodistas*Ciudadanía tabulación cruzada								
		Ciudadanía					Total	
		excelente	muy buena	buena	regular	mala		
Periodistas	excelente	R. observado	2	3	0	0	0	5
		R. esperado	0,1	0,5	2,2	1,9	0,4	5,0
	muy buena	R. observado	0	5	0	0	0	5
		R. esperado	0,1	0,5	2,2	1,9	0,4	5,0
	buena	R. observado	0	2	20	0	0	22
		R. esperado	0,4	2,2	9,7	8,1	1,5	22,0
	regular	R. observado	0	0	24	37	2	63
		R. esperado	1,26	6,30	27,72	23,31	4,41	63,0
	mala	R. observado	0	0	0	0	5	5
		R. esperado	0,1	0,5	2,2	1,9	0,4	5,0
Total		R. observado	2	10	44	37	7	100
		R. esperado	2,0	10,0	44,0	37,0	7,0	100,0

**Cuadro N° 22. Cruce de variables**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

**Cálculo de Chi-cuadrado**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Grados libertad	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	<b>202,985<sup>a</sup></b>	<b>16</b>	,000
Razón de verosimilitud	125,108	16	,000
Asociación lineal por lineal	65,827	1	,000
N de casos válidos	100		

**Cuadro N° 23. Chi Cuadrado**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

El cálculo de Chi Cuadrado dentro del software de análisis de estadísticas de IBM SPSS da un valor de 202,985, el Grado de Libertad 16 y el nivel de significancia es 0, es decir menor que 0,05.

$$\chi^2_c = 202,985$$

$$Gl = 16$$

Cálculo de Grados de libertad

$$Gl = (F-1) (C-1)$$

$$Gl = (5-1) (5-1)$$

$$Gl = 4*4$$

$$Gl = 16$$

Donde:

F= fila

C= columna

### Tabla de Distribución de Chi Cuadrado

Después de calcular el Grado de Libertad se establece una relación con el nivel de significancia dentro de la tabla de Distribución de Chi Cuadrado y da un valor de  $\chi^2_t = 26.2962$ .

Tabla de Distribución de Chi Cuadrado

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871

Cuadro N° 24. Tabla de Distribución de Chi Cuadrado

Elaborado por: Alba Alexandra Azanza Pérez

Fuente: Bibliográfica

### **Conclusión**

El valor de  $\chi^2_t = 26.2962$  es menor que  $\chi^2_c = 202,985$ , así mismo en el cálculo de Chi Cuadrado el nivel de significancia es 0, es decir menor que 0,05; esto quiere decir que de acuerdo a la regla de aceptación establecida se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1).

Por lo tanto, la comunicación organizacional **influye** en la percepción ciudadana de los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato respecto a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.



## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES**

Luego de haber analizado e interpretado los resultados en la entrevista y encuestas, se llegó a obtener las siguientes conclusiones:

La relación entre reporteros y GADMA está resquebrajada ya que casi en su totalidad (94,8%) coinciden en que la Municipalidad valora poco o nada su trabajo, es por esto que ninguno mantiene una excelente relación profesional con la institución.

Los periodistas están al tanto de lo que sucede dentro y fuera del GADMA, por lo que es importante su percepción y coinciden en que es deficiente el desarrollo de la comunicación organizacional y por ende el trabajo de la Jefatura de Comunicación Institucional considerado por el (68,4%) de encuestados como regular, éste último debido a los protocolos impuestos por este departamento a la hora de solicitar una entrevista con sus funcionarios, la falta de información sobre los demás departamentos, entre otros.

Las redes sociales son el canal entre el GADMA y la ciudadanía es por esto que los comentarios dentro de Facebook o Twitter dejan entrever la percepción que tienen sobre la actual gestión. Pero por otra parte es fácil manipular lo que en ella se refleja, ya que si bien se puede responder a comentarios o tomar en cuenta las opiniones de sus seguidores también se puede eliminar comentarios y bloquear usuarios cuya opinión es diferente.

La imagen del alcalde y sus obras son consideradas “la primicia informativa” que genera el GADMA, es la forma de demostrar que la actual gestión está trabajando, y a pesar de esto para los habitantes de la parroquia urbana La Matriz, el GADMA no ha trabajado lo suficiente como para mejorar a la ciudad y que éste sea visibilizado, ya que han notado

un cambio poco significativo en la imagen de Ambato, ya que coinciden en casi su totalidad (88,9%) que ha sido poco o nada los cambios realizados por la actual administración municipal.

La ciudadanía ignora totalmente o conoce muy poco (95,8%) sobre el Plan de Obras que maneja el Municipio de Ambato; o bien existe falta de información por parte de la institución o a su vez no llega al público de manera acertada.

Entre los medios de comunicación que más se informan sobre el trabajo realizado por el GADMA está la radio (34,90%), seguida de los medios impresos (20,9%), el internet (18%) y por último la televisión (14,8%).

La ciudadanía en su mayoría, no se siente escuchada y considera que su opinión no es tomada en cuenta para las decisiones que adopta el Municipio, esto refleja en la casi totalidad que respondieron que poco o nada su opinión es valorada (95,7%) frente a un porcentaje reducido que cree que si lo es.

La ciudadanía tampoco se siente participe en las decisiones que la institución toma, por lo que ignoran cualquier forma de participación ciudadana el (93,7%), esto a su vez incide en el bajo nivel de satisfacción sobre la gestión pública municipal ya que la califican entre regular y mala el (57,7%) de encuestados.

## **RECOMENDACIONES**

Para mejorar el desarrollo de la comunicación organizacional del GADMA se recomienda:

Eliminar protocolos internos ante el pedido de reporteros para una entrevista de sus funcionarios (comunicación interna) para que la información sea fácil procesarla y

llegue a la ciudadanía en el momento indicado.

Mejorar la relación profesional con los periodistas-reporteros y los medios de comunicación (comunicación externa) donde éstos laboran a través del fácil acceso a la información de los profesionales en comunicación dentro de la institución municipal.

Fortalecer el uso de las redes sociales a través de un profesional especializado en Community Manager para la atención ágil y permanente de las consultas y requerimientos que la ciudadanía solicita.

Suministrar información sobre otras direcciones y departamentos que prestan servicios a la ciudadanía, ya que si bien la autoridad máxima de un municipio es su alcalde, pero no por esto debe ser la única información que genera la Jefatura de Comunicación Institucional.

Interaccionar con la ciudadanía través de otros canales de información, no sólo a través de Facebook y Twitter.

Difundir los servicios municipales que oferta el GADMA a través de un medio de comunicación masiva.

Al ser la radio, el medio de comunicación con más aceptación para informarse sobre noticias referentes al GADMA, es el más adecuado para la difusión de los servicios municipales.

Generar un mecanismo de participación en el que la ciudadanía sienta que su opinión es tomada en cuenta en las decisiones adoptadas por el GADMA.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **Datos Informativos**

**Título:** Programa de radio “El lunes de Ambato”

**Tema:** Producción de un programa de radio para la difusión de servicios públicos municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (GADMA), y la participación ciudadana de los habitantes del cantón Ambato.

**Frecuencia:** Semanal (lunes)

**Horario:** 07H45 a 08H00

**Tiempo de duración del programa:** 15 minutos

**Institución ejecutora:** Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato

**Beneficiarios:** Habitantes del cantón Ambato.

**Ubicación:** Edificio Matriz Avenida Atahualpa y Río Cutuchi

**Tiempo de ejecución:** Octubre de 2017

**Costo:** 1200 USD

**Investigadora:** Alexandra Azanza

#### **Antecedentes de la propuesta**

En la investigación los resultados demostraron que los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato consideran que al GADMA le hace falta dar a conocer las

decisiones, obras y cualquier tipo de información que sea en beneficio de la comunidad, seguido de comunicación y diálogo por parte de autoridades y funcionarios, y participación ciudadana, razones válidas por las que dicen sentirse aislados y coinciden en tener mayor participación en las decisiones que adopta el Municipio.

Así mismo se demostró que el medio de comunicación con el que más se informa la ciudadanía ambateña sobre el trabajo que realiza el GADMA, es a través de la radio; esto dio paso a la creación de un programa radial con el nombre “El lunes de Ambato” mismo que sirva de canal de comunicación entre la Municipalidad y la ciudadanía.

Para la emisión del programa se ha seleccionado de entre las radios con mayor audiencia en la ciudad: Radio Bandida y el presupuesto para la producción del programa será del asignado para publicidad. En Ambato no se ha realizado un programa radial interactivo que abarque al público de todas las edades y se espera que ésta propuesta sea tomada en cuenta para su ejecución.

### **Justificación**

Su originalidad radica en el contenido del programa propuesto, puesto que la mayor parte de programas radiales son de entretenimiento y noticias, pero no se ha escuchado un programa de servicios públicos que oferte la Municipalidad, ya que la ambateñidad puede informarse y dar a conocer su opinión, puntos de vista, quejas, reclamos y sugerencias hacia el Municipio de Ambato.

El trabajo investigativo previo a la propuesta demostró cuan factible es el mismo, ya que la ciudadanía es quien pide ser escuchada y tomada en cuenta en las decisiones que adopta el GADMA.

La propuesta tiene utilidad teórica ya que se ha empleado bibliografía actualizada y especializada en el tema. Y su utilidad práctica radica en la alternativa de solución para el problema investigado con el tema: La comunicación organizacional y la percepción ciudadana de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.

Los beneficiarios de esta propuesta de investigación son los habitantes del cantón Ambato.

### **Objetivos**

1. Producir un programa radial interactivo para la difusión de servicios público que oferta el GADMA y participación ciudadana de los habitantes del cantón Ambato.

### **Objetivos específicos**

1. Seleccionar información semanalmente para la emisión de cada programa de acuerdo a la coyuntura periodística.
2. Desarrollar un modelo de guión técnico para su difusión.
3. Creación de una Fanspage en Facebook con el nombre del programa para su transmisión en tiempo real e interacción con los seguidores.

### **Análisis de factibilidad**

#### **Política**

La factibilidad política de la propuesta radica en el contenido interactivo de carácter participativo ciudadano para los habitantes de Ambato ya que en la actualidad no se ha

realizado un segmento de esa naturaleza en el que las personas accedan fácilmente a la información y servicios de su municipio, como lo dice en la Constitución de la República del Ecuador (2008):

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

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.”

### **Organizacional**

La propuesta tiene factibilidad desde el punto organizacional ya que cuenta con los procesos comunicacionales que exigen los estándares de calidad de la institución.

### **Socio-Cultural**

La propuesta tiene factibilidad socio-cultural ya que la ciudadanía ambateña es quien demanda una comunicación directa con la Municipalidad en el que puedan informarse sobre sus servicios y que su opinión sea tomada en cuenta en las decisiones que adopta el GADMA.

### **Tecnológica**

Es factible tecnológicamente ya que es de fácil acceso a la información a través de herramientas de búsqueda y comunicación.

### **Económica-Financiera**

Tiene factibilidad económica – financiera ya que se cuenta con el presupuesto de la Municipalidad asignado a publicidad.

### **Cultural**

La propuesta tiene fines culturales ya que promueve al desarrollo de la cultura ambateña.

### **Legal**

Está enmarcada en el aspecto legal dentro de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2010):

Art. 6.- Atribuciones en la promoción de la participación.- Al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social en la promoción de la participación ciudadana le corresponde:

1. Promover iniciativas de participación ciudadana de ecuatorianas y ecuatorianos en el país y en el exterior que garanticen el ejercicio de los derechos y del buen vivir; así como velar por el cumplimiento del derecho de la ciudadanía a participar en todas las fases de la gestión de lo público, en las diferentes funciones del Estado y los niveles de gobierno, por medio de los mecanismos previstos en la Constitución de la República y la ley.
2. Proponer a las diferentes instancias públicas, la adopción de políticas, planes, programas y proyectos destinados a fomentar la participación ciudadana en todos los niveles de gobierno, en coordinación con la ciudadanía y las organizaciones sociales.



3. Proponer, promover y facilitar procesos de debate y deliberación pública sobre temas de interés ciudadano, sea que hayan nacido de su seno o de la iniciativa autónoma de la sociedad. Deberá, además, sistematizar los resultados de los debates, difundirlos ampliamente y remitirlos a las entidades competentes.

## **Fundamentación**

### **Radio**

En palabras de María Cristina Mata y Silvia Scaraffia definen a la radio como “un canal elegido para producir un hecho comunicativo, no un simple transportador de señales. Es un verdadero código de comprensión cultural, un modo convencional reconocido por emisores y receptores para establecer un tipo particular de reconocimiento”. Y según (Kaplún, 1978) este canal puede utilizarse como “una herramienta de trabajo en manos de aquellos que, sintiendo la comunicación como una vocación no ven en la radio tan sólo una profesión y un medio de vida, sino que la conciben como o un instrumento de comunicación y culturas populares y como una promotora de auténtico desarrollo; que piensan que éste, como todo medio de comunicación colectiva, tiene una función social que cumplir, un aporte que hacer frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestra región.” (Como se citó en Sanguineti & Pereyra, 2013, p.11)

### **Producción radiofónica**

La Universidad de Navarra, España define como:

“el proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos y destrezas cuyo ámbito de trabajo se centra en la realización de programas, grabado o en directo, la realización técnica de elementos de identificación o de continuidad; o en la elaboración de un producto radiofónico, ya sea de naturaleza informativa o de creación; y que tiene como objetivo la difusión para la consecución de la programación.” (Como se citó en Sanguineti & Pereyra, 2013, p.67)

## **Guión técnico**

Para Tenorio (2008) en su libro La Nueva Radio indica: “en él aparecen todas las órdenes técnicas necesarias para realizar correctamente el programa: careta de entrada y salida, jingles, cuñas, conexiones telefónicas, invitados...y la entradilla de los textos (en el guión literario) para situarnos en cada momento.” (p.36).

## **Municipio**

En la Ley Orgánica de Régimen Municipal del Ecuador (2004) señala en el:

Artículo 1.- El municipio es la sociedad política autónoma subordinada al orden jurídico constitucional del Estado, cuya finalidad es el bien común local y, dentro de éste y en forma primordial, la atención de las necesidades de la ciudad, del área metropolitana y de las parroquias rurales de la respectiva jurisdicción.

A lo que en palabras de Fernández Ruiz (2002) añade:

“Entendemos al municipio como una persona jurídica de derecho público, compuesta por un grupo social humano interrelacionado por razones de vecindad al estar asentado permanentemente en un territorio dado, con un gobierno autónomo propio y sometido a un orden jurídico específico, con el fin de mantener el orden público, prestar los servicios públicos indispensable para satisfacer las necesidades elementales de carácter general de sus vecinos y realizar las obras públicas municipales requeridas por la comunidad.” (Como se citó en Hernández Juárez, 2013, p.5)

## **Gestión Municipal**

Según el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal la define como: “la organización y el manejo de una serie de recursos organizativos, financieros, humanos y técnicos por parte de la municipalidad para proporcionar a los distintos sectores de la población los satisfactores de sus respectivas necesidades de bienes de consumo individual y colectivo.” (Como se citó en Cordero Torres, 2011, p.688)

### **Comunicación pública**

Para (McQuail, 1998) “el concepto de comunicación pública actualiza la lucha de los sujetos por intervenir en la vida colectiva y en el devenir de los procesos políticos concernientes a la convivencia con “el otro” y por participar en la esfera pública concebida ésta como el lugar de convergencia de las distintas voces presentadas en la sociedad.”(Como se citó en Galvis Ortiz & Botero Montoya, 2014, p.48).

Además para los autores (Galvis Ortiz & Botero Montoya, 2014) en su libro Comunicación Pública indican que la comunicación pública tiene como finalidad la concertación de la comunidad, siempre y cuando se busque el beneficio para todos los involucrados y reconociendo siempre la diferencia.

### **Comunicación política**

Los autores (Galvis Ortiz & Botero Montoya, 2014) definen a comunicación política: “como aquella comunicación que posibilita que ciertos actores sociales expresen, en público, sus opiniones sobre lo político. No debe confundirse, como suele hacerse, que la comunicación política, que es también pública, sea aquella exclusiva de la clase política o de un grupo de poder.” Además citan a (Wolton, 1998) quien señala “es el espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos”. (Como se cita en Galvis Ortiz & Botero Montoya, 2014, p.46)

## **Servicios públicos**

Los servicios públicos son actividades que realiza la Municipalidad de manera uniforme y continua, para satisfacer las necesidades básicas de la comunidad. Son ejemplos de servicios públicos: agua potable, alcantarillado, mercados, panteones, rastros, calles, parques y transportes. Los servicios públicos juegan un papel muy importante dentro de las funciones que desempeña la Municipalidad, ya que a través de ellos se refleja la buena marcha de la administración y se responde a las demandas planteadas por la comunidad para mejorar sus condiciones de vida (Cordero Torres, 2011).

## **Participación ciudadana**

La participación es una parte muy importante de la ciudadanía porque afirma la autonomía de sus actores: los ciudadanos, quienes tienen responsabilidades con la comunidad de la que forman parte. Además, es un elemento revitalizador de la democracia, ya que sin ésta, no existiría compromiso de los ciudadanos. Para (Robles, 2013) “la participación ciudadana es aquella en la que los individuos, específicamente ciudadanos con derechos y obligaciones, deciden tomar parte de los asuntos del Estado. Ello supone una relación activa de los ciudadanos con éste.” (p. 107)

Según (Luciano Elizalde, 2013) se debe fomentar la participación ciudadana, por el hecho de que cuando las entidades se encierran en la toma de decisiones, no deben pretender que los ciudadanos entiendan sus errores y desaciertos, si desde un inicio no los invitaron a formar parte de la creación de las políticas públicas.

## **Fanspage**

Según (Pallares, 2011) las fanspage de Facebook:

“son páginas que permiten a empresas, organizaciones, marcas o personas mantener una presencia profesional en facebook, ofreciendo gran variedad de herramientas y ventajas sobre los perfiles de usuario: información visible por todos los usuarios sin ser “amigos”; estadísticas acerca del impacto de la marca, seguidores, interacción con la página; mejor posicionamiento; anuncios publicitarios con una gran capacidad de segmentación en función del público; comunicación directa con los usuarios. (Como se citó en (MirBernal, Fondevila Gascón, & Gutierrez Aragón, 2016, p.29)

## Modelo Operativo

ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	TIEMPO
Socialización	Dar a conocer la producción de un programa de radio para difundir los servicios públicos que oferta el GADMA.	Diseñar diapositivas. Socializar la propuesta ante el GADMA. Conversatorio.	Computadora Memory USB Papelería	Investigadora	Agosto 2017
Planificación	Establecer acciones que sirvan para la consecución de la producción de un programa de radio que oferta el GADMA.	Seleccionar los temas a tratar en el programa. Elaborar un guión técnico para el programa de radio. Crear una Fanspage en Facebook bajo el nombre El Lunes de Ambato.	Computadora Smartphone J7 2016 Grabadora SONY Impresora CANON Papelería Internet	Investigadora	Septiembre 2017
Ejecución	Producción de un programa de radio para difusión de servicios públicos que oferta el GADMA.	Difundir el programa radial El Lunes de Ambato los días lunes de 08H00 a 08H15 con enlace a las demás radios (repetidora).	Computadora Papelería Alquiler espacio radial	Investigadora	Octubre 2017
Evaluación	Permanente para conocer el desarrollo del programa.	Medir con herramientas adecuadas al programa transmitido.	Computadora Papelería Internet	Investigadora	I Indefinido

### Cuadro N° 25. Modelo Operativo

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

A continuación se cumplirá con cada una de las actividades dentro de la etapa de la planificación:

1. Seleccionar los temas a tratar en el programa.
2. Elaborar un guión técnico para el programa de radio El Lunes de Ambato.
3. Crear una Fanspage en Facebook bajo el nombre El Lunes de Ambato.

1. *La selección de los temas* a tratar en cada programa El Lunes de Ambato, son de acuerdo a la coyuntura periodística semanal y a la agenda manejada por la Jefatura de Comunicación Institucional GADMA. Así mismo el invitado a la entrevista dentro del programa está en función de la información obtenida en el transcurso de la semana previa a su emisión.

2. *La elaboración del guión técnico para el programa de radio “El Lunes de Ambato”* será bajo los estándares exigidos dentro de una radio y su estructura es muy importante para garantizar y asegurar la realización del proyecto de conformidad con lo programado.

Dentro del mismo están los datos informativos del programa, descripción de eventos, acciones en cabina, guión y el tiempo en minutos.

A continuación el desarrollo del guión técnico del programa “El Lunes de Ambato”.

## GUIÓN TÉCNICO DE RADIO

	<b>NOMBRE DEL PROGRAMA:</b>	EL LUNES DE AMBATO		
	<b>HORARIO:</b>	08H00 A 08H15		
	<b>DURACIÓN:</b>	15 MINUTOS		
	<b>TIPO DE PROGRAMA:</b>	INFORMATIVO		
	<b>FRECUENCIA:</b>	SEMANAL (Lunes)		
	<b>LOCUTOR 1:</b>	PRESENTADORA		
	<b>LOCUTOR 2:</b>	INVITADO		
	<b>TEMA DEL PROGRAMA:</b>	SERVICIOS MUNICIPALES QUE OFERTA EL GADMA		
	<b>BENEFICIARIOS:</b>	HABITANTES DEL CANTÓN AMBATO		
	<b>OBJETIVO:</b>	Dar a conocer los servicios municipales que oferta el Municipio de Ambato		
DESCRIPCIÓN DE EVENTOS	CABINA	GUIÓN	TIEMPO EN MINUTOS	
Entra música en 2 segundos	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:15	
Baja volumen y mantiene.	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:05	
Entra presentadora con música de fondo.	Loc 1	Muy buenos días a toda la ambateñidad radioescucha, estamos muy contentos de iniciar este nuevo segmento en el que conoceremos cada lunes los servicios que oferta el Municipio de Ambato.	0:00:10	
Baja volumen y mantiene.	Tema del programa	Se da un preámbulo del tema a tratar y del invitado/a.	0:00:15	
Interviene	Loc 2	Buenos días a todos los radioescuchas gracias por la invitación al programa El Lunes de Ambato.	0:00:15	
Segmento	Entrevista	Interactúan y el invitado/a responde a preguntas de la presentadora	0:05:00	
Despedida entrevistado/a.	Loc 2	Se despide entrevistado/a e invita a sintonizar el programa El Lunes de Ambato todos los lunes a las 08:00	0:00:15	



Entra música en 2 segundos	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:10
Baja volumen y mantiene.	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:05
Entra presentadora con música de fondo. Segmento.	Loc 1 - Informe Semanal	Gracias por seguir en nuestra sintonía y ahora permítanme hacer un pequeño resumen de la gestión municipal de la semana anterior.	0:03:00
Entra música en 2 segundos	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:10
Baja volumen y mantiene.	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:05
Entra presentadora con música de fondo. Segmento:	Loc 1 Buzón de Participación Ciudadana	Gracias por la acogida a nuestro programa El lunes de Ambato en donde la participación del ciudadano ambateño es lo más importante. No se olvide dar like a nuestra Fanspage en Facebook El Lunes de Ambato y a través del portal dar a conocer sus opiniones, dudas, sugerencias y reclamos respecto a la gestión del Municipio de Ambato. A continuación una breve lectura de nuestro Buzón de Participación Ciudadana.	0:03:00
Entra música en 2 segundos	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:10
Baja volumen y mantiene.	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:05
Entra presentadora con música de fondo. Segmento:	Loc 1 - Eventos	Antes de despedirnos quisiera hacerles una cordial invitación a los eventos de esta semana (cursos, talleres, obras teatrales, conciertos, ferias municipales, etc.) y a la inauguración de la obra... (Día, fecha y hora) e invitarles a que nos acompañen a esta noble labor.	0:01:15
Entra música en 2 segundos	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:10
Baja volumen y mantiene.	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:05

Despedida	Loc 1	Ha sido un placer haber compartido el primer programa de difusión de servicios municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato en beneficio de la ciudadanía ambateña, no olviden sintonizarnos el próximo lunes a las 08H00.	0:00:45
Entra música en 2 segundos	Ambato mi sitio mi lugar-Miño, Brito y Guanaco.	Música	0:00:05
<b>TOTAL TIEMPO DEL PROGRAMA</b>			<b>0:15:00</b>

**Cuadro N° 26. Guión técnico de programa radial**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

Después de elaborar el guión técnico para el programa de radio El Lunes de Ambato, el siguiente punto 3, es *la creación de una Fanspage en Facebook* bajo el mismo nombre. En donde los comentarios, sugerencias, opiniones y reclamos recopilados en el transcurso de la semana previo a la emisión del programa serán leídos y resueltos durante el segmento Buzón de Participación Ciudadana. El trabajo es continuo para la búsqueda de seguidores y la interacción con cada uno de ellos.



**Gráfico N° 21. Fanspage El Lunes de Ambato (computadora y Smartphone)**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La Investigadora

## Administración

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato a través de la Secretaría Ejecutiva y bajo supervisión de la Jefatura de Comunicación Institucional conjuntamente con su autora Alba Alexandra Azanza Pérez son quienes se encargan de administrar la propuesta. Las decisiones serán tomadas en conjunto con el objeto de garantizar y asegurar la realización del proyecto en conformidad con lo programado.

## Previsión de la evaluación

Preguntas básicas	Explicación
1.- ¿Quiénes solicitan evaluar?	La Jefatura de Comunicación Institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (GADMA).
2.- ¿Por qué evaluar?	Para verificar si se está cumpliendo los objetivos de la propuesta.
3.- ¿Para qué evaluar?	Para medir el grado de factibilidad que ha tenido la propuesta.
4.- ¿Qué evaluar?	Los objetivos planteados en la propuesta.
5.- ¿Quién evalúa?	Autoridades, Alcalde, Jefatura de Comunicación Institucional GADMA y la investigadora.
6.- ¿Cuándo evaluar?	Es permanente durante el proceso de ejecución de la propuesta.
7.- ¿Cómo evaluar?	A través de herramientas que permitan medir el grado de consecución de los objetivos.
8.- ¿Con qué evaluar?	Con instrumentos de medición como encuestas y observación de campo.

### Cuadro N° 27. Previsión de la evaluación

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

## Presupuesto de la propuesta

<b>RECURSOS MATERIALES</b>	<b>VALOR</b>
<b>TECNOLÓGICOS</b>	<b><u>990</u></b>
Computadora All in One marca Lenovo	500
Impresora CANON MG 2910	80
Grabadora marca SONY	100
Smartphone Samsung J7 2016	300
Memory USB 8G	10
<b>SUMINISTROS</b>	<b><u>20</u></b>
Papelería	20
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b><u>45</u></b>
Alimentación 3,00 c/u	25
Transporte	20
<b>SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS</b>	<b><u>1245</u></b>
Internet - \$20 mensual por	20
Teléfono – plan celular - \$25 mensual	25
Alquiler mensual de espacio radial en radio Bandida	1200
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b><u>2300</u></b>

### **Cuadro N° 28. Presupuesto**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

## C. MATERIALES DE REFERENCIA

### Bibliografía

1. Aguirre, S. (2015). *Universidad Ecotec*. Obtenido de <http://biblio.universidadecotec.edu.ec/revista/edicion7/articulo-3.pdf>
2. Amador B., J. (2008). *Redalyc*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Julio\\_Amador2/publication/27393525\\_Conceptos\\_basicos\\_para\\_una\\_teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n\\_desde\\_la\\_antropolog%C3%ADa\\_simbolica/links/00b495320aad72ad11000000/Conceptos-basicos-para-una-teoria-de-la-comunicaci%C3%B3n](https://www.researchgate.net/profile/Julio_Amador2/publication/27393525_Conceptos_basicos_para_una_teor%C3%ADa_de_la_comunicaci%C3%B3n_desde_la_antropolog%C3%ADa_simbolica/links/00b495320aad72ad11000000/Conceptos-basicos-para-una-teoria-de-la-comunicaci%C3%B3n)
3. Arellano, R., Rivera, J., & Molero, V. (2013). *Conducta del consumidor: estrategias y políticas aplicadas al marketing*. Madrid: Esic.
4. Atay, L., González, J., Cáceres, A., Rodríguez, D., Montero, C., & Núñez, L. (2008). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36414209>
5. Badía, P.-O. C. (2001). *Comunicación Pública en el ámbito local*. Barcelona: Gestión.
6. Balbi, M. B. (2013). *Universidad del Salvador*. Recuperado el 10 de Mayo de 2016, de [http://www.usal.edu.ar/archivos/di/balbi\\_ma.\\_belen.pdf](http://www.usal.edu.ar/archivos/di/balbi_ma._belen.pdf)
7. Beltrán, N. (2012). *La inadecuada planificación de la comunicación organizacional incide en el posicionamiento de la imagen corporativa de la institución financiera Cooperativa San Francisco Ltda. en el primer semestre del 2010* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.
8. Botero Montoya, L. H., & Galvis Ortiz, C. A. (2014). *Comunicación Pública*. Medellín: Sello Editorial.
9. Chavarro, J. A. (Julio de 2014). *Razón y Palabra*. Recuperado el 04 de Junio de 2016, de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/RE87/01\\_Palacios\\_E87.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/RE87/01_Palacios_E87.pdf)
10. CIESPAL. (2006). *Comunicación estratégica para las organizaciones*. Quito: Quipus.
11. CIESPAL. (2011). *Desarrollo Local*. Quito: Abya-Yala.
12. Chillida, G. (2007). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/1995/199520735029/>

13. Constitución de la República del Ecuador. (2008). Ciudad Alfaro: Asamblea Constituyente.
14. Cordero Torres, J. M. (Octubre de 2011). *Ciencia y sociedad*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/870/87022786005.pdf>
15. Cortina, G. (2011). *Escuelas católicas*. Obtenido de [http://www.escuelascaticas.es/formacion/Documents/Juridico\\_economico/Jornadas%202011/LA%20COMUNICACION%20INTERNA,%20HORIZONTAL,%20VERTICAL,%20OTRAS%20OPORTUNIDADES.pdf](http://www.escuelascaticas.es/formacion/Documents/Juridico_economico/Jornadas%202011/LA%20COMUNICACION%20INTERNA,%20HORIZONTAL,%20VERTICAL,%20OTRAS%20OPORTUNIDADES.pdf)
16. Cruces, R. E. (2003). *Fundamentación del anuncio publicitario-Génesis del anuncio*. Trillas S.A.
17. Custo, E. (2008). *Salud mental y ciudadanía*. Buenos Aires: Espacio.
18. Diez Freijeiro, S. (2011). *Técnicas de comunicación*. Bogotá: IdeasPropias.
19. *Enciclopedia de clasificaciones*. (2017). Obtenido de <http://www.tiposde.org/cotidianos/77-tipos-de-comunicacion/>
20. Falicov, E., & Lifszyc, S. (2002). *Sociología*. Buenos Aires: Aique.
21. Fiscella, S. (2005). *Estado, ciudadanía y política social*. Buenos Aires: Espacio.
22. Frías, R. (2000). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/181/18100103.pdf>
23. Fernández, C. (2006). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
24. García, K. (6 de marzo de 2009). *Redalyc.org*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66615073007>
25. Galvis Ortiz, C. A., & Botero Montoya, L. H. (2014). *Comunicación Pública*. Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín.
26. Golovina, N. (2014). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70930408011>
27. Guevara, J. A. (Diciembre de 2013). *Agencia de Iso Estados Unidos para el Desarrollo Internacional*. Recuperado el 04 de Junio de 2016, de [http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PA00JQRG.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00JQRG.pdf)
28. Hernández, J., & Pérez, B. (2013). Gestión de los servicios públicos municipales: un análisis de la percepción ciudadana. *Daena*.

29. Hernández Juárez, J. L. (18 de octubre de 2013). *Spentamexico*. Obtenido de [http://spentamexico.org/v8-n3/A1.8\(3\)1-18.pdf](http://spentamexico.org/v8-n3/A1.8(3)1-18.pdf)
30. Instituto de Investigaciones jurídicas de la UNAM. (2015). *Biblioteca Jurídica virtual de la UNAM*. Obtenido de <http://bibliohistorico.juridicas.unam.mx/libros/2/766/3.pdf>
31. Jurado, T. A. (2015). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Recuperado el 10 de Mayo de 2016
32. King, K. (29 de marzo de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>
33. Koh, G. (2014). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-comunicacion-organizacional/>
34. Ley Orgánica de Participación Ciudadana. (2010). Quito: Asamblea Nacional.
35. Ley Orgánica de Régimen Municipal. (2004). Quito: Congreso Nacional del Ecuador.
36. Luciano Elizalde, M. R. (2013). *Comunicación gubernamental 360*. Argentina: La Crujía.
37. Maletzke, G. (1992). *Psicología de la comunicación*. Quipus. Obtenido de <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53838.pdf>
38. Marchiori, M. (Agosto de 2011). *Redalyc*. Obtenido de [lenguaylitecomunalvaro.blogspot.com/2013/05/la-comunicacion-elementos-e-importancia.html](http://lenguaylitecomunalvaro.blogspot.com/2013/05/la-comunicacion-elementos-e-importancia.html)
39. Martínez, E. (2001). *Estadonacion*. Obtenido de <http://www.estadonacion.or.cr/otras-publicaciones-costarica/auditoria-ciudadana-democracia>
40. Mena, F. C. (1989). *Gobiernos locales en América Latina*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano .
41. Méndez, E., & Ablan, N. (2012). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/555/55526545004.pdf>
42. Minguijón, J., & Pac Salas, D. (18 de Febrero de 2011). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/viewFile/846/821>
43. Mir Bernal, P., Fondevila Gascón, J., & Gutierrez Aragón, O. (Enero de 2016). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/823/82346016003/>



44. Moreta, M. (9 de Julio de 2015). Un sondeo ubicó al Sistema ECU 911 de Ambato como el de mayor credibilidad. *El Comercio*, pág. 6.
45. Muriel, M. L. (1980). *Comunicación Institucional*. Andina.
46. Muñoz, C., Martínez, R., & Muñoz, C. (2016). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1941/194143011017.pdf>
47. Nuñez, L., Rodríguez, D., & Cáceres, A. (Marzo de 2010). *Análisis de la percepción de los servicios municipales en la comunidad anzoatiguense, Venezuela*. Obtenido de Scielo: [//www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttex&pid=S1315-99842010000100005](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttex&pid=S1315-99842010000100005)
48. Ortiz, S. (1998). *Participación ciudadana*. Quito: Asociación cristiana de jóvenes.
49. Palmar, R., & Valero, J. (2014). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/676/67630574009.pdf>
50. Peiró, J. (2012). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1471/147125259003.pdf>
51. Reig, R. (2010). *Fisec-Estrategias*. Obtenido de [http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/1025/fisec\\_estrategias\\_n14m2pp69\\_97.pdf](http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/1025/fisec_estrategias_n14m2pp69_97.pdf)
52. Restrepo, P. (2009). *medellin cómo vamos*. Obtenido de <http://www.medellincomovamos.org/download/columna-de-opinion-2009-la-importancia-de-las-encuestas-de-percepcion/>
53. Rivera, A., Rojas, L., Ramírez, F., & Álvarez, T. (2005). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>
54. Robles, H. G. (2 de Mayo de 2013). *Ra Ximhai*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/461/46128964007.pdf>
55. Rota, G., & Muriel, M. L. (1980). *Comunicación institucional*. Quito: Andina.
56. Rozas Balbontín, P., & Hantke-Domas, M. (Junio de 2013). *CEPAL*. Obtenido de [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6366/1/LCL3648\\_es.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6366/1/LCL3648_es.pdf)
57. S.A.C, C. P. (Abril de 2014). *CPI*. Recuperado el 04 de Junio de 2016, de [http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/OPNAC201404\\_01.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/OPNAC201404_01.pdf)

58. Sánchez, I., & Chica, P. (2010). *Biblioteca Digital Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de 978958332048\_Parte4
59. Sanguinetti, S., & Pereyra, M. (2013). *Vocación de radio*. Córdoba, Argentina: Brujas.
60. Soria R., R., & Pérez E., A. (Junio de 2010). *UNAM*. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xv/docs/62.pdf>
61. Tenorio, I. (2008). *La nueva radio*. Barcelona, España: Marcombo.
62. Tonon, G. (2009). *Comunidad, participación y socialización política*. Buenos Aires: Espacio.
63. Tuesta, N. (2013). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/NellyTuesta/tesis-completa-de-comunicacion-organizacional-interna>
64. Vargas, L. M. (1994). *Sobre el concepto de percepción*. From Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>
65. Weil, P. (1992). *La comunicación global*. Barcelona: Paidós Ibérica.
66. Valle F., M. (2005). *Comunicación Organizacional - Abordajes y perspectivas de análisis*. Quito: Quipus.
67. Velín, J. (2008). *La comunicación como eje para la Participación Ciudadana, en el Gobierno Local de Morona* (tesis de pregrado). Universidad Ecuador.
68. Villanueva, D. (2016). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/325/32546809005.pdf>

## **Anexos**

### **Guía de entrevista para periodista institucional del GADMA Lic. Andrea Játiva**

1. ¿Cuál es la estructura de la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA?
2. ¿Cómo se desarrolla la comunicación interna del municipio?
3. ¿Cómo se desarrolla la comunicación externa con los medios de comunicación y la ciudadanía específicamente?
4. ¿Existe algún departamento donde la ciudadanía pueda dar su opinión directamente?
5. Desde la comunicación ¿Cómo responden a las inquietudes de la ciudadanía sobre la gestión municipal?
6. ¿Por qué existe poca información sobre las direcciones y demás departamentos del municipio y están más enfocados en el alcalde y sus obras?
7. Según una encuesta realizada por mi persona los periodistas mencionan que se les ha restringido el acceso a la información, ¿A qué se debe esto?

## Cuestionario N° 1

**Encuesta dirigida a:** Los periodistas de los medios de comunicación de Ambato.

**Objetivo:** Conocer la percepción de los periodistas de medios de comunicación de Ambato respecto a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (GADMA).

**Identifique el medio en el que labora:**

Medio impreso	
Radio	
Televisión	

**MARQUE CON UNA X SEGÚN CORRESPONDA:**

1.- ¿Cómo se encuentra Ambato respecto a las otras capitales de provincias de la zona central del Ecuador?

Excelente	
Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

2.- La actual administración municipal, ¿Cree que ha mejorado la imagen de la ciudad?

Mucho		Poco		Nada	
-------	--	------	--	------	--

3.- ¿Cómo es la relación que mantiene el medio de comunicación en el que usted labora con el GADMA?

Excelente	
Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

4.- ¿Cómo es la relación profesional que usted mantiene con el GADMA?

Excelente	
Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

5.- ¿Considera que su labor periodística es valorada por la Municipalidad de Ambato?

Mucho		Poco		Nada	
-------	--	------	--	------	--

6.- ¿Cómo califica usted el trabajo realizado por la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA?

Excelente	
Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

7.- ¿Cómo percibe el desarrollo de la comunicación organizacional de la Municipalidad?

Excelente	
Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

8.- ¿Qué recomendaría usted para mejorar la comunicación externa del GADMA?

---

---

---

## Cuestionario N° 2

**Encuesta dirigida a:** Los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato provincia de Tungurahua.

**Objetivo:** Conocer la percepción ciudadana sobre la gestión de la Municipalidad de Ambato.

**Identifique su edad dentro de los rangos:**

Entre 15 a 25 años	
Entre 26 a 49 años	
De 50 años en adelante	

**MARQUE CON UNA X SEGÚN CORRESPONDA:**

1.- ¿Cómo se encuentra Ambato respecto a las otras capitales de provincias de la zona central del Ecuador?

Excelente	
Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

2.- ¿Qué tanto conoce sobre el plan de obras del Municipio de Ambato?

Mucho		Poco		Nada	
-------	--	------	--	------	--

3.- ¿Ha notado cambios significativos/trascendentales en la imagen de la ciudad con la administración actual del Municipio?

Mucho		Poco		Nada	
-------	--	------	--	------	--

4.- ¿Cree usted que la imagen de la ciudad se ha deteriorado con la actual administración municipal?

Mucho		Poco		Nada	
-------	--	------	--	------	--

5.- ¿Cómo califica usted a la gestión del Municipio de Ambato?

Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

6.- ¿Cómo se siente usted con respecto a la gestión pública municipal?

Muy satisfecho	
Satisfecho	
Poco satisfecho	
Insatisfecho	

7.- ¿A través de qué medios se informa sobre el trabajo que realiza la Municipalidad?

Medios impresos	
Radio	
Tv	
Internet	

Conversación	
--------------	--

8.- ¿Conoce algún mecanismo de participación ciudadana del Municipio de Ambato?

Si		No	
----	--	----	--

Si su respuesta es afirmativa responda cuál o cuáles:

---

9.- ¿Considera que su opinión es tomada en cuenta para las decisiones que adopta el Municipio?

Mucho		Poco		Nada	
-------	--	------	--	------	--

10.- ¿Qué considera Ud. que le hace falta a la actual administración municipal?

---

---

---

## **PAPER**

### **1. “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA PERCEPCIÓN CIUDADANA DE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPALIDAD DE AMBATO”**

**Autora:** Alba Alexandra Azanza Pérez

Universidad Técnica de Ambato, [alexitabellaforever@gmail.com](mailto:alexitabellaforever@gmail.com), 0984373911

#### **2. Resumen**

La presente investigación estudia la influencia de la comunicación organizacional de la Municipalidad de Ambato en la percepción ciudadana de los habitantes de la parroquia urbana La Matriz respecto a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (GADMA). Para llegar a la solución del problema se ha optado por utilizar metodología de enfoque cuantitativo y cualitativo, mediante encuestas a los periodistas-reporteros de la ciudad y a los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato, y la entrevista a una periodista institucional del GADMA. Recursos metodológicos que permitieron obtener información relevante. Una vez analizados e interpretados los datos obtenidos de la percepción se determinó que, en el ejercicio de reportería los periodistas están al tanto de lo que sucede dentro y fuera del GADMA y coinciden en la deficiencia de los procesos de la comunicación organizacional y el trabajo de la Jefatura de Comunicación Institucional. Por otra parte, la ciudadanía en su mayoría, no se siente escuchada y considera que su opinión no es tomada en cuenta para las decisiones que adopta el Municipio y tampoco se siente participe en las mismas, por lo que se ignora la participación ciudadana, incidiendo en el bajo nivel de satisfacción respecto a la gestión pública municipal calificada entre regular y mala. Con los resultados obtenidos, se recomienda dar a conocer los servicios municipales de las direcciones y departamentos pertenecientes al GADMA a través de un medio de comunicación masiva radial, que coadyuve a generar un mecanismo de participación en el que la ciudadanía sienta que su opinión es tomada en cuenta. Por lo que se sugiere la producción de un programa radial interactivo semanal para la difusión de servicios públicos del GADMA y de participación ciudadana de los habitantes del cantón Ambato.



**Palabras** claves: Comunicación organizacional, percepción ciudadana, gestión municipal, participación ciudadana.

**TOPIC: "THE ORGANIZATIONAL COMMUNICATION AND THE CITIZEN PERCEPTION OF THE MANAGEMENT OF DECENTRALIZED AUTONOMOUS GOVERNMENT MUNICIPALITY OF AMBATO"**

### **Abstract**

The present study studies the influence of the organizational communication of the Municipality of Ambato on the citizen perception of the inhabitants of the urban parish La Matriz regarding the management of the Decentralized Autonomous Government Municipality of Ambato (GADMA). In order to arrive at a solution to the problem, we have chosen to use quantitative and qualitative approach methodology, through surveys of the journalists-reporters in the city and the inhabitants of the urban parish La Matriz in the canton of Ambato, and the interview with an institutional journalist GADMA. Methodological resources that allowed obtaining relevant information. Once the data obtained from the perception were analyzed and interpreted, it was determined that journalists are aware of what happens inside and outside the GADMA and that they coincide in the deficiency of the processes of organizational communication and the work of The Head of Institutional Communication. On the other hand, most citizens do not feel heard and consider that their opinion is not taken into account for the decisions adopted by the Municipality and does not feel involved in them, which is why public participation is ignored, In the low level of satisfaction regarding the municipal public management qualified between regular and bad. With the results obtained, it is recommended to publicize the municipal services of the directions and departments belonging to the GADMA through a mass media of communication, which contributes to generate a mechanism of participation in which the citizens feel that their opinion is taken consider. Therefore it is suggested the production of a weekly interactive radio program for the dissemination of public services of the GADMA and citizen participation of the inhabitants of the canton Ambato.

**Key words:** Organizational communication, citizen perception, municipal management, citizen participation.

### **3. Introducción:**

En el cantón Ambato, la gestión del actual alcalde Ing. Luis Amoroso Mora, elegido por voto popular en el año 2014, ha sido blanco de varias manifestaciones y protestas de rechazo, a razón de decisiones tomadas dentro de su administración.

A inicios de 2016, la percepción ciudadana respecto a la gestión municipal ha sido motivo de preocupación dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (GADMA), ya que a pesar de las actividades que realizan para mantenerse comunicados con la ciudadanía, no está siendo recibida de la misma manera en que se proyecta.

El 14 de diciembre de 2016, en un sondeo de opinión ciudadana realizado por la UTA sobre la imagen de instituciones con más credibilidad, el Municipio de Ambato obtuvo el 55%, porcentaje similar al del año pasado, en el que se ubicó en el noveno puesto con el 56,6% de entre 10 instituciones de la provincia de Tungurahua.

La importancia de este trabajo radica en determinar cómo la comunicación organizacional del GADMA influye en la percepción ciudadana que tiene la población ambateña respecto a la gestión de la actual administración municipal.

Para (Fernández, 2006) la comunicación organizacional es “un conjunto de técnicas y actividades que ayudan a que el flujo de mensajes sea rápido entre los miembros de la organización o la organización y su medio; además que influye en las actitudes y conductas de los públicos internos y externos, buscando siempre que cumpla de mejor manera y con mayor rapidez sus objetivos”.

Por otra parte, para Sánchez & Chica (2016) se puede aprovechar a la percepción ciudadana para obtener información respecto al entorno de vida de un ciudadano, lo que sucede dentro de él y como se relaciona con los estados internos. Añade que la percepción es el flujo informativo que se da al interactuar dentro del entorno, por lo que no se debe obviar las imágenes mentales que él forma a partir de su experiencia y de sus necesidades.

Continúa Calixto Flores & Herrera Reyes (2010) la percepción se da a través de los sentidos, por lo que es frecuente ver o escuchar lo que de forma emocional queremos o para lo que estamos preparados, es decir lo que otros no alcanzar a percibir. En concreto, el perceptor interpreta dependiendo de las circunstancias que vive y experimenta.

De esta forma la percepción que tiene cada uno de los ciudadanos va en función de lo que ven, escuchan, piensan o sienten con base en sus necesidades propias o de sus allegados, de allí interpretan esa información y crean una percepción sobre “algo”, en este caso respecto a la gestión de GADMA.

El objetivo general es estudiar la influencia de la comunicación organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato en la percepción ciudadana de la zona urbana del cantón Ambato. Apoyado de tres objetivos específicos, el primero consiste en analizar el impacto que produce el desarrollo comunicación organizacional a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato para desarrollar posibles soluciones; segundo es diagnosticar la percepción que tiene la ciudadanía de la zona urbana del cantón Ambato respecto a la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato para poder generar propuestas coherentes; y tercero es proponer una alternativa de solución al problema.

Con el presente estudio se pretende demostrar que la comunicación organizacional si influye en la percepción ciudadana respecto a la gestión del GADMA en la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato.

### ***3. 1. Metodología***

La investigación tiene enfoque cualitativo dentro de su estudio porque interpreta las respuestas y resultados obtenidos a través de las herramientas de investigación. Y cuantitativo porque hace uso de la recolección de datos y a su vez del análisis estadístico de los mismos para la verificación de la hipótesis.

Bajo la modalidad No Experimental se desarrolló de tres tipos: Bibliográfica porque se utilizó libros, revistas y artículos científicos. Documental porque se manejó documentos web y más respaldos para obtener información y de campo porque se está en contacto directo con la realidad para la recolección de datos que aporten a la investigación.

Del tipo de investigación es: exploratoria porque por medio de ella se investigó la percepción ciudadana de la parroquia la matriz del cantón Ambato, ya que en este caso no hay mucha información sobre este tema; descriptiva porque a través de esta se conoció la realidad misma del problema desde su origen y desarrollo; y correlacional porque permitió identificar la relación que existe entre las dos variables del tema de investigación como son la comunicación organizacional y la percepción ciudadana de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.

#### **3.1.1. Sujetos**

La población de estudio está constituida por una muestra poblacional de 378 ciudadanos de la parroquia La Matriz del cantón Ambato, provincia de Tungurahua, parroquia establecida por 21.433 habitantes<sup>2</sup>. Y la otra muestra es de 19 periodistas de medios de comunicación de Ambato, que se encuentran en el ejercicio

---

<sup>2</sup> Según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – Censo de Población y Vivienda 2010.

periodístico como reporteros de prensa, radio y televisión, quienes están a diario en búsqueda de información para su difusión en medios masivos.

### 3.1.2. Técnicas e instrumentos

La entrevista se realizó a la periodista institucional Andrea Játiva de la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA, su aporte fue valioso porque es la Comunicadora Social con más tiempo laborando dentro de esa área y conoce de primera mano los procesos de comunicación desarrollados en la institución. La presente estuvo en función de una guía entrevista con siete preguntas las mismas que son de suma importancia para el desarrollo de la investigación.

Por otra parte, se realizó una *primera* encuesta aplicada a los periodistas de medios de comunicación, que se encuentran en el ejercicio periodístico como reporteros en Ambato; consta de ocho preguntas para conocer sus puntos de vistas de acuerdo a lo percibido a través del GADMA y la ciudadanía. Y la *segunda* encuesta fue aplicada a los 378 ciudadanos de la parroquia La Matriz del cantón Ambato para identificar la percepción que tienen respecto a la gestión de la Municipalidad. Ambas encuestas estuvieron apoyadas en cuestionarios, cuyas respuestas están bajo la dinámica de la escala de Likert.

### 3.1.3. Procedimientos

Los datos recolectados fueron tabulados a través del software del programa estadístico IBM SPSS, el mismo que permite organizar de mejor manera la información. Con los resultados obtenidos después de la tabulación, se representó por medio de gráficas estadísticas de barras y cuadros, desarrollados dentro del mismo programa.

El análisis se realizó con base en porcentajes, de esta manera se pudo interpretar de manera adecuada los resultados y se realizó una fusión de las dos muestras a través de un cuadro para la aplicación de Chi Cuadrado y posterior verificación de la hipótesis.

## 3.2. Resultados

A medida que avanza la investigación es importante analizar las dos variables. La *variable independiente Comunicación Organizacional* se la estudió a través de la pregunta N° 7 de la primera encuesta dirigida a los 19 periodistas-reporteros de la ciudad de Ambato: ¿Cómo percibe el desarrollo de la comunicación organizacional de la Municipalidad?

<b>Comunicación Organizacional</b>								
			Respuestas					Total
			excelente	muy bueno	bueno	regular	malo	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	1	0	1	3	0	5
		%	20,0%	0,0%	20,0%	60,0%	0,0%	100,0%
		% del total	5,3%	0,0%	5,3%	15,8%	0,0%	26,3%
	radio	Recuento	0	0	1	5	0	6
		%	0,0%	0,0%	16,7%	83,3%	0,0%	100,0%
		% del total	0,0%	0,0%	5,3%	26,3%	0,0%	31,6%
	televisión	Recuento	0	1	2	4	1	8
		%	0,0%	12,5%	25,0%	50,0%	12,5%	100,0%
		% del total	0,0%	5,3%	10,5%	21,1%	5,3%	42,1%
Total		Recuento	1	1	4	12	1	19
		<b>% del total</b>	<b>5,3%</b>	<b>5,3%</b>	<b>21,1%</b>	<b>63,2%</b>	<b>5,3%</b>	<b>100,0%</b>

**Cuadro N° 1. Comunicación Organizacional**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

Pregunta N° 6: ¿Cómo califica usted el trabajo realizado por la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA?

**Jefatura de Comunicación**

			Respuestas				Total
			muy bueno	bueno	regular	malo	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	0	0	5	0	5
		%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,0%	0,0%	26,3%	0,0%	26,3%
	radio	Recuento	1	2	2	1	6
		%	16,7%	33,3%	33,3%	16,7%	100,0%
		% del total	5,3%	10,5%	10,5%	5,3%	31,6%
	televisión	Recuento	0	2	6	0	8
		%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,0%	10,5%	31,6%	0,0%	42,1%
Total		Recuento	1	4	13	1	19
		<b>% del total</b>	<b>5,3%</b>	<b>21,1%</b>	<b>68,4%</b>	<b>5,3%</b>	<b>100,0%</b>

**Cuadro N° 2. Jefatura de Comunicación**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

Pregunta N° 5: ¿Considera que su labor periodística es valorada por la Municipalidad de Ambato?

<b>Labor periodística</b>						
			Respuestas			Total
			mucho	poco	nada	
Medio de comunicación	impreso	Recuento	0	4	1	5
		%	0,0%	80,0%	20,0%	100,0%
		% del total	0,0%	21,1%	5,3%	26,3%
	radio	Recuento	1	4	1	6
		%	16,7%	66,7%	16,7%	100,0%
		% del total	5,3%	21,1%	5,3%	31,6%
televisión	Recuento	0	6	2	8	
	%	0,0%	75,0%	25,0%	100,0%	
	% del total	0,0%	31,6%	10,5%	42,1%	
Total		Recuento	1	14	4	19
		<b>% del total</b>	<b>5,3%</b>	<b>73,7%</b>	<b>21,1%</b>	<b>100,0%</b>

**Cuadro N° 3. Labor periodística**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

Además se añadió una pregunta abierta que decía: ¿Qué recomendaría usted para mejorar la comunicación externa del GADMA? En la que los periodistas-reporteros tuvieron la libertad de expresar lo que piensan y sienten respecto al tema. Y las respuestas fueron tabuladas según el número de coincidencias de mayor a menor.

Posteriormente, se entrevistó a la periodista institucional del GADMA Andrea Játiva para ahondar en la dinámica de la comunicación dentro de la Municipalidad.

En la que inició explicando que la Jefatura de Comunicación Institucional, no es una dirección de comunicación; sino que está sujeta a la Secretaría Ejecutiva de la Alcaldía de Ambato.

Explicó que para los periodistas de medios de comunicación que quieran acceder a una entrevista con los directores departamentales deben solicitar vía telefónica a la Jefatura de Comunicación Institucional agendando los temas puntuales para ver la disponibilidad y tiempo de quienes solicitan, a más tardar de un día al otro. Con el objetivo que no salgan las entrevistas confusas o por el apuro vayan a descontextualizarse los temas.

Añadió que se informa a la ciudadanía mediante el envío de correos electrónicos a los periodistas con las noticias generadas por Comunicación para su difusión en los medios. Además la información es subida a la página web del GADMA, Facebook, Twitter y en caso de posicionar temas se hace en campañas. Otra forma de comunicación son las ruedas de prensa establecidas los días lunes y viernes semanalmente y dependiendo la coyuntura los directores departamentales acuden para dar entrevistas.

Continuando con el análisis de variables, procede la *variable dependiente Percepción Ciudadana* a la que corresponde la encuesta aplicada a los 378 habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato para identificar la percepción que tienen respecto a la gestión del GADMA.

Pregunta N° 5 ¿Cómo califica usted a la gestión del Municipio de Ambato?

Gestión Municipal								
			Respuestas					Total
			excelente	muy bueno	bueno	regular	malo	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	5	12	20	41	9	87
		%	5,7%	13,8%	23,0%	47,1%	10,3%	100,0%
		% del total	1,3%	3,2%	5,3%	10,8%	2,4%	23,0%
26 - 49 años	26 - 49 años	Recuento	10	10	35	62	29	146
		%	6,8%	6,8%	24,0%	42,5%	19,9%	100,0%
		% del total	2,6%	2,6%	9,3%	16,4%	7,7%	38,6%
más de 50 años	más de 50 años	Recuento	15	8	45	64	13	145
		%	10,3%	5,5%	31,0%	44,1%	9,0%	100,0%
		% del total	4,0%	2,1%	11,9%	16,9%	3,4%	38,4%
Total		Recuento	30	30	100	167	51	378
		% del total	7,9%	7,9%	26,5%	44,2%	13,5%	100,0%

**Cuadro N° 4. Gestión municipal**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

En la pregunta N° 6: ¿Cómo se siente usted con respecto a la gestión pública municipal?

Satisfacción							
			Respuestas				Total
			muy satisfecho	satisfecho	poco satisfecho	insatisfecho	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	1	56	30	0	87
		%	1,1%	64,4%	34,5%	0,0%	100,0%
		% del total	,3%	14,8%	7,9%	0,0%	23,0%
26 - 49 años	26 - 49 años	Recuento	1	48	79	18	146
		%	,7%	32,9%	54,1%	12,3%	100,0%
		% del total	,3%	12,7%	20,9%	4,8%	38,6%
más de 50 años	más de 50 años	Recuento	3	42	49	51	145
		%	2,1%	29,0%	33,8%	35,2%	100,0%
		% del total	,8%	11,1%	13,0%	13,5%	38,4%
Total		Recuento	5	146	158	69	378
		% del total	1,3%	38,6%	41,8%	18,3%	100,0%

**Cuadro N° 5. Satisfacción**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

En la pregunta N° 8 ¿Conoce algún mecanismo de participación ciudadana del Municipio de Ambato?

Participación ciudadana					
			Respuestas		Total
			si	no	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	2	85	87
		%	2,3%	97,7%	100,0%
		% del total	,5%	22,5%	23,0%
	26 - 49 años	Recuento	10	136	146
		%	6,8%	93,2%	100,0%
		% del total	2,6%	36,0%	38,6%
	más de 50 años	Recuento	12	133	145
		%	8,3%	91,7%	100,0%
		% del total	3,2%	35,2%	38,4%
Total	Recuento		24	354	378
	% del total		<b>6,3%</b>	<b>93,7%</b>	<b>100,0%</b>

**Cuadro N° 6. Participación ciudadana**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

En la pregunta N° 2 ¿Qué tanto conoce sobre el plan de obras del Municipio de Ambato?

Plan de Obras						
			Respuestas			Total
			mucho	poco	nada	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	4	45	38	87
		%	4,6%	51,7%	43,7%	100,0%
		% del total	1,1%	11,9%	10,1%	23,0%
	26 - 49 años	Recuento	8	74	64	146
		%	5,5%	50,7%	43,8%	100,0%
		% del total	2,1%	19,6%	16,9%	38,6%
	más de 50 años	Recuento	4	48	93	145
		%	2,8%	33,1%	64,1%	100,0%
		% del total	1,1%	12,7%	24,6%	38,4%
Total	Recuento		16	167	195	378
	% del total		<b>4,2%</b>	<b>44,2%</b>	<b>51,6%</b>	<b>100,0%</b>

**Cuadro N° 7. Plan de Obras**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora



En la pregunta N° 9 ¿Considera que su opinión es tomada en cuenta para las decisiones que adopta el Municipio?

Opinión						
			Respuestas			Total
			mucho	poco	nada	
Rango de edad	15 - 25 años	Recuento	4	37	46	87
		%	4,6%	42,5%	52,9%	100,0%
		% del total	1,1%	9,8%	12,2%	23,1%
26 - 49 años		Recuento	6	46	93	145
		%	4,1%	31,7%	64,1%	100,0%
		% del total	1,6%	12,2%	24,7%	38,6%
más de 50 años		Recuento	6	41	97	144
		%	4,2%	28,5%	67,4%	100,0%
		% del total	1,6%	10,9%	25,8%	38,3%
Total		Recuento	16	124	236	376
		%	4,3%	33,0%	62,8%	100,0%
		<b>% del total</b>	<b>4,3%</b>	<b>33,0%</b>	<b>62,8%</b>	<b>100,0%</b>

**Cuadro N° 8. Opinión**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

Posterior al análisis de resultados, el siguiente paso es la verificación de la hipótesis sin antes fusionar las dos muestras ya que cada una contiene un número diferente de datos para luego proceder al cruce de variables independiente Comunicación organizacional (periodistas) y dependiente Percepción ciudadana(ciudadanía).

Número encuestados						
Variables	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Regular	Total
Encuesta 1-pregunta 7	1	1	4	12	1	19
Encuesta 2-pregunta 5	4	38	167	141	28	378
Conversión a porcentajes						
Variables	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Regular	Total
Encuesta 1-pregunta 7	5,26%	5,26%	21,06%	63,16%	5,26%	100%
Encuesta 2-pregunta 5	1,06%	10,05%	44,18%	37,30%	7,41%	100%
Conversión a números						
Variables	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Regular	Total
Encuesta 1-pregunta 7	0,05	0,05	0,22	0,63	0,05	1,00
Encuesta 2-pregunta 5	0,02	0,10	0,44	0,37	0,07	1,00
Conversión a números enteros						
Variables	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Regular	Total
Encuesta 1-pregunta 7	5	5	22	63	5	<b>100</b>
Encuesta 2-pregunta 5	2	10	44	37	7	<b>100</b>
<b>Suma</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>66</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>200</b>

**Cuadro N° 9. Fusión de los dos conjuntos de datos**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

Periodistas*Ciudadanía tabulación cruzada								
			Ciudadanía					Total
			excelente	muy buena	buena	regular	mala	
Periodistas	excelente	R. observado	2	3	0	0	0	5
		R. esperado	0,1	0,5	2,2	1,9	0,4	5,0
	muy buena	R. observado	0	5	0	0	0	5
		R. esperado	0,1	0,5	2,2	1,9	0,4	5,0
	buena	R. observado	0	2	20	0	0	22
R. esperado		0,4	2,2	9,7	8,1	1,5	22,0	
regular	R. observado	0	0	24	37	2	63	
	R. esperado	1,26	6,30	27,72	23,31	4,41	63,0	
mala	R. observado	0	0	0	0	5	5	
	R. esperado	0,1	0,5	2,2	1,9	0,4	5,0	
Total	R. observado		2	10	44	37	7	100
	R. esperado		2,0	10,0	44,0	37,0	7,0	100,0

**Cuadro N° 10. Cruce de variables**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

Luego del cruce de variables se procede a aplicar la prueba de Chi Cuadrado dentro del software IBM SPSS y de acuerdo a la regla de aceptación establecida quedó comprobada la hipótesis. 0 es menor que 0,05.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Grados libertad	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	<b>202,985<sup>a</sup></b>	<b>16</b>	,000
Razón de verosimilitud	125,108	16	,000
Asociación lineal por lineal	65,827	1	,000
N de casos válidos	100		

**Cuadro N° 11. Chi Cuadrado**

**Elaborado por:** Alba Alexandra Azanza Pérez

**Fuente:** La investigadora

### 3.3. *Discusión*

La primera encuesta está dirigida a los periodistas-reporteros de la ciudad de Ambato, quienes trabajan día a día en la búsqueda de información y están al tanto de

lo que sucede en cada una de las instituciones públicas de la ciudad a nivel comunicacional, por lo que su opinión fue importante para la investigación. En la pregunta 7 (Cuadro N° 1), coinciden que el desarrollo de la comunicación organizacional del GADMA es regular (73,3%), es decir por debajo de la media, a un paso del nivel más bajo.

Para Gaye Tuchman (1978) “el acto de producir noticias es un acto de construir la realidad misma más que el solo hecho de pintar un cuadro de la realidad”. Los periodistas responden a ciertos criterios sociales y profesionales por medio de los cuales recogen y elaboran información que será plasmada en un texto que a su vez será leído, visto u oído por receptores. Estos a su vez reconocerán en este texto una noticia, interpretarán su contenido y actuarán siguiendo pautas interiorizadas (Como se citó en Amadeo & Amado, 2013).

Al igual que la pregunta anterior. En la pregunta 6 (Cuadro N° 2), en su mayoría (68,4%) opinan que el trabajo realizado por la Jefatura de Comunicación Institucional del GADMA es regular. Esto se debe a lo que ellos consideran “trabas” impuestas por dicha área al solicitar una entrevista a los funcionarios del mismo. Aseveran que la institución debe facilitar la información en el momento preciso sin ninguna clase de trámite burocrático para que sea transmitida a la ciudadanía de manera oportuna. Estos datos fueron tomados del mayor número de coincidencias en las respuestas de la pregunta abierta 8, en la que se sugería dar una recomendación para mejorar la comunicación con la Municipalidad. Y no existe un solo periodista que se atreva a afirmar que es excelente el trabajo desempeñado por el área de comunicación de la Municipalidad.

Continuando con (Amadeo & Amado, 2013) las relaciones entre las instituciones públicas y los periodistas son siempre problemáticas, debido a que los funcionarios son “sensibles” a las repercusiones periodísticas y a su vez los periodistas tienen a la política como uno de sus temas centrales.

Siendo así, en la pregunta 5 (Cuadro N° 3) se evidencia una relación resquebrajada entre periodistas-reporteros y GADMA, ya que consideran casi en su totalidad (94,8%) que en la Municipalidad se valora poco o nada el trabajo que realizan como periodistas-reporteros y tan solo una persona considera que su trabajo es muy valorado por la institución.

Dando paso a la entrevista, cabe recalcar que no se ahondó en el desarrollo de la comunicación interna del municipio, es decir la relación entre los servidores públicos dentro de la institución, más que a breves rasgos, la cual se presta para futuras investigaciones. La información clave para este estudio era conocer la dinámica comunicacional del área en mención y la relación con sus públicos: periodistas, medios de comunicación y ciudadanía principalmente.

La Jefatura de Comunicación Institucional no es una dirección, por ende no tiene la autonomía suficiente para generar información de otros departamentos del municipio mismo. Está sujeta a Secretaría Ejecutiva de la Alcaldía, es por esto que están más enrolados en generar información sobre la imagen y obras del alcalde para así demostrar que la actual gestión está trabajando.

Y para evitar problemas asociados con la Ley Orgánica de Comunicación como el derecho a la réplica y otros similares, se les pide a los reporteros agendar vía telefónica a la Jefatura los temas puntuales a entrevistar, para ver la disponibilidad y tiempo de los funcionarios que solicitan, pero este protocolo a su vez sirve para que el director se prepare y ensaye lo que va a decir, pero también lo que no, y es de un día al otro; por lo que los periodistas al conocer el proceso previo a una entrevista y esperar un día, prefieren dejar de lado dicha entrevista.

La máxima de la información es la rapidez con la que se genere en el momento preciso y a los periodistas se les debe dar prioridad y apertura en las instituciones. Paralelamente (Capriotti, 2007) añade: generar una relación de credibilidad y confianza entre la organización y los medios de comunicación, que permita ser una fuente de información fiable para los periodistas dentro de la institución, a la que puedan recurrir en caso de necesitar datos o informaciones sobre hechos o personas de la organización o del sector.

Por otra parte, (Ayala, 2014) añade las redes sociales cumplen un papel relevante en lo referido a la participación ciudadana a través de la convocatoria a diversos tipos de encuentros en torno a temas específicos. Estas nuevas formas de comunicación han originado una nueva manera de organización y participación ciudadana en la que los individuos sienten que tienen acceso a la información de forma directa y permanente, y son partícipes del discurso público, el cual solo estaba restringido a una élite de poder.

A través de la investigación se constató que las redes sociales son el único canal de comunicación directa entre el GADMA y la ciudadanía, es por esto que los comentarios dentro de Facebook o Twitter dejan entrever la percepción que tienen la ciudadanía sobre la actual gestión. Pero es fácil manipular lo que en ella se refleja, ya que si bien se puede responder a comentarios o tomar en cuenta las opiniones de sus seguidores también se puede eliminar comentarios y bloquear usuarios cuya opinión es diferente.

En contraste, según (Patten, 2008) “por desgracia, la gran mayoría de los ciudadanos no están significativamente más comprometidos políticamente o mejor informados que antes de la explosión de noticias e información en Internet o las posibilidades que brindan las redes sociales. (Como se citó en Ayala, 2014, p.35). La autora Teresa Ayala continúa, si bien hay participación ciudadana a través de las redes sociales, en rigor los individuos tienen poca injerencia en los asuntos de la política tradicional. Las opiniones de los ciudadanos actualmente pueden ser conocidas por muchas

personas, pero aun así siguen constituyendo "las minorías" de una sociedad claramente estratificada desde diversos puntos de vista: políticos, educacionales, económicos y sociales.

Continuando con la segunda encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia urbana La Matriz del cantón Ambato, según (Ure, 2016) las instituciones públicas democráticas deben estar al servicio de los ciudadanos, actuar de manera abierta, transparente, inclusiva, y empoderar a la comunidad. Y en la pregunta 5 (Cuadro N° 4) más de la mitad de los encuestados percibe que la gestión realizada por el Municipio de Ambato es regular y mala (57,7%), es decir por debajo de la media. A pesar de que el 26,5% considera que la gestión es buena.

En un "Estudio de percepción sobre la gestión de la Municipalidad de Puntarenas. Costa Rica. Período 1997 -2007." los resultados fueron similares: Se evidencia que existen necesidades de información por parte del pueblo puntarenense por entender las competencias municipales y su gestión. Preocupa que, del total de individuos, solamente, un 14% la calificó de buena, el resto de mala a regular porque argumentan la poca unión entre este gobierno local y las comunidades.

En la pregunta 6 (Cuadro N° 5) los datos arrojan que la gestión municipal que realiza el GADMA no satisface sus necesidades, y esta inconformidad se ve reflejada en los resultados, ya que el 60,1% se sienten poco o nada satisfechos frente a un porcentaje menor que se siente muy satisfecho con dicha gestión. Al mismo tiempo, en la pregunta 8 (Cuadro N° 6), casi todos los encuestados (93,7%) no se sienten partícipes en las decisiones que toma el GADMA, por lo que ignoran cualquier forma de participación ciudadana.

Así mismo, en la pregunta 9 (Cuadro N° 8) la mayoría de encuestados no se sienten escuchados y consideran que su opinión no es tomada en cuenta para las decisiones que adopta el GADMA, esto refleja en la casi totalidad que respondieron que poco o nada su opinión es valorada (95,7%) frente a un porcentaje mínimo que cree que si lo es.

Una conclusión similar plantea un estudio de "Percepción de la comunidad sobre la gestión municipal en el estado Anzoátegui-Venezuela" en el que, la participación ciudadana y la respuesta a las necesidades resultaron ser los factores más importantes que afectan la percepción de la gente a la hora de evaluar a los gerentes públicos locales, en todos los municipios de la zona oriental del estado Anzoátegui. Estos dos indicadores se hacen aún más relevantes en el municipio rural analizado (municipio Peñalver) con un peso específico de 2 /3 del total contra un 40% de importancia que se le asigna en los otros cuatros municipios estudiados, cuya composición poblacional es mayoritariamente urbana.

Los autores (Atay, y otros, 2008) señalan: para promover la participación ciudadana y crear las condiciones para su pleno desarrollo, es preciso que las

autoridades gubernamentales estén en contacto con las comunidades, que exista un intercambio de ideas y experiencias, ya que los grupos participativos representan una importante fuente, innovadora y creativa en la estructura social; que aportan soluciones a los asuntos que atañen a su localidad, debido a que el espacio de lo público ha dejado de ser un espacio del gobierno para ser un espacio de todos.

Ahora bien, en la pregunta abierta se dejó el libre albedrío a cada encuestado para que escriba lo que considera que le hace falta a la Municipalidad, cuyos datos recopilados revelan la necesidad de los ambateños por: informarse de lo que hace el municipio, estar en contacto con sus autoridades y participar en las decisiones que éstos tomen.

En la investigación de (García, 2007) “Estudio de percepción sobre la gestión de la Municipalidad de Puntarenas. Costa Rica. Período 1997 - 2007.” el 100% de encuestados no está al tanto de la gestión municipal.

Los hallazgos encontrados demuestran que a pesar de haber transcurrido 10 años hasta la presente investigación (hoy 2017) los resultados son casi los mismos en Ambato-Ecuador. En la pregunta 2 (Cuadro N° 7) casi en su totalidad ignoran totalmente el Plan de Obras del GADMA o lo conocen muy poco (95,8). Con estos datos recopilados, se pudiera extender a futuras investigaciones para analizar si ésta falta de información es por parte de la institución y su forma de inadecuada de transmitir los mensajes, o falta de interés de la ciudadanía en temas relacionados a su municipio, entre otros.

#### **4. Conclusiones**

Los anteriores resultados expuestos puntualizan que, el desarrollo de la comunicación organizacional del GADMA es deficiente, así lo aseguran el 73,3% de periodistas-reporteros que lo percibieron como regular y malo, esto a su vez incide en la percepción ciudadana de los ambateños ya que el 57.7% califican entre regular y mala a la gestión de la Municipalidad.

El GADMA mantiene una relación profesional regular, es decir a un paso de mala, con los periodistas-reporteros de la ciudad de Ambato, debido a los protocolos impuestos por la Jefatura de Comunicación Institucional del Municipio a la hora de solicitar una entrevista con sus funcionarios.

El GADMA valora poco o nada el trabajo realizado por los periodistas-reporteros ya que coinciden el 94,8% de encuestados y de igual forma, la ciudadanía casi en su totalidad (95,7%), no se siente escuchada y considera que su opinión es poco nada tomada en cuenta para las decisiones que adopta el Municipio. Para mejorar esta situación, es viable generar un mecanismo de participación en el que la ciudadanía sienta que su opinión es tomada en cuenta en las decisiones adoptadas por su municipio.

Para el GADMA la imagen del alcalde y sus obras son consideradas “la primicia informativa” y así demostrar que están trabajando, pero a pesar de ello el 95,8% conoce poco o nada el Plan de Obras que maneja la Municipalidad y de igual forma el 93,7% desconoce alguna forma de participación ciudadana.

Por lo que se recomienda dar a conocer los servicios municipales de sus direcciones y departamentos pertenecientes al GADMA a través de un medio de comunicación de mayor acogida por la ciudadanía, según la investigación realizada el 34,90% de los encuestados afirmó que a través de la Radio se informa del trabajo que realiza la Municipalidad, seguido de los medios impresos con el 20,9%, el 14,8% por televisión, 18% por internet y el 11,4% a través de la cotidianidad de una conversación.

## 5. Referencias bibliográficas

1. Amadeo, B., & Amado, A. (26 de Diciembre de 2013). *Opera*. Obtenido de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/3764/4140>
2. Atay, L., González, J., Cáceres, A., Rodríguez, D., Montero, C., & Núñez, L. (2008). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36414209>
3. Ayala, T. (2014). *Revista Austral de Ciencias Sociales*. Obtenido de [http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-17952014000100002&script=sci\\_arttext](http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-17952014000100002&script=sci_arttext)
4. Capriotti, P. (2007). *Hologramática*. Obtenido de <http://www.bidireccional.net/Blog/2007Hologramatica6.pdf>
5. Fernández, C. (2006). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
6. García, K. (2007). Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/666/66615073007.pdf>
7. Ley Orgánica de Régimen Municipal. (2004). Quito: Congreso Nacional del Ecuador.
8. Mena, F. C. (1989). *Gobiernos locales en América Latina*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
9. Minguijón, J., & Pac Salas, D. (18 de Febrero de 2011). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/viewFile/846/821>
10. Mir Bernal, P., Fondevila Gascón, J., & Gutierrez Aragón, O. (Enero de 2016). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/823/82346016003/>
11. Muñoz, C., Martínez, R., & Muñoz, C. (2016). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1941/194143011017.pdf>
12. Oller, M., Chavero, P., & Pullas, T. (2015). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/168/16838682009/>
13. Sánchez, I., & Chica, P. (2010). Biblioteca Digital Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de 978958332048\_Parte4
14. Ure, M. (Marzo de 2016). *Scielo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v19n1/v19n1a10.pdf>
15. Vargas, L. M. (1994). *Sobre el concepto de percepción*. From Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>