



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)

DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN:
COMUNICACIÓN SOCIAL

PROBLEMA:

COMUNICACIÓN OFICIAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE RICAURTE Y SU DIFUSIÓN EN LA
POBLACIÓN LOCAL

AUTOR:

JOSÉ MIGUEL BENITES ROJAS

TUTORA:

MSc. Iralda Alemán Franco
DOCENTE TUTOR

BABAHOYO – 2021





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Le agradezco en primer lugar a Dios por permitirme llegar hasta donde estoy, también a mis padres porque sin ellos no hubiese sido posible esto y a toda mi familia también, quiero que sepan que jamás los voy a defraudar y gracias por apoyarme en todo momento se lo agradezco de todo corazón los amo. Quiero agradecerle a todos mis docentes que me han brindado sus conocimientos para estar donde estoy los quiero y gracias por guiarme, aconsejarme, y enseñarme todo lo que aprendí, jamás los olvidaré.

José Miguel Benites Rojas





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

Esto quiero dedicárselo a mi esposa y a mi hijo quiero que sepan que vivo para ellos, lucharé por ellos y me esforzare al máximo por ellos para brindarle lo mejor. Gracias por estar apoyándome siempre.

José Miguel Benites Rojas





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

RESUMEN

La investigación realizada en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Ricaurte, dado que la institución presenta varias debilidades respecto a la difusión de contenidos y manejo de información oficial hacia la ciudadanía, donde la gestión y administración de estos medios influyen en el proceso de comunicación con la colectividad. El objetivo de la investigación es analizar el manejo de la comunicación oficial del GAD Parroquial Ricaurte y el impacto que genera su aplicación en la comunidad. La metodología utilizada está basada por los tipos de investigación documental y descriptiva, apoyados bajo el razonamiento de los métodos inductivo y deductivo, mientras que se aplicaron las técnicas de la encuesta, entrevista y observación directa apoyados de instrumentos dirigidos hacia la ciudadanía y talento humano del GAD, que permitieron recopilar datos necesarios que sustenten la temática analizada, los cuales se detallan a continuación: La comunicación oficial del GAD hacia la ciudadanía es deficiente dado que el proceso de comunicación con la colectividad es débil, donde la institución no desarrolla un plan de comunicación eficiente que defina las estrategias de comunicación a aplicar para la difusión de la información, además del inadecuado manejo y uso de las diferentes plataformas, páginas que reflejan el empleo y generación de contenido pero no de una forma prolongada hacia la población, esto influye a que los usuarios tanto pasivos como activos tengan un impacto negativo referente a los medios de información y difusión oficial utilizados por la institución.

Palabras Claves: Comunicación Oficial, Difusión de la Información, Gestión, Estrategias de Comunicación.





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
ABSTRACT



The research carried out in the Autonomous Decentralized Parish Government of Ricaurte, given that the institution has several weaknesses regarding the dissemination of content and management of official information to the citizens, where the management and administration of these media influence the communication process with the community. The objective of the research is to analyze the management of the official communication of the Ricaurte Parish GAD and the impact generated by its application in the community. The methodology used is given by the types of documentary and descriptive research, supported by the reasoning of the inductive and deductive methods, while the techniques of the survey, interview and direct observation were applied supported by instruments directed towards the citizenship and human talent of the GAD, which made it possible to collect the necessary data to support the issue analyzed, which are detailed below: The official communication of the GAD to the public is deficient given that the communication process with the community is weak, where the institution does not develop a plan of efficient communication that defines the communication strategies to be applied for the dissemination of the information, in addition to the inadequate handling and use of the different platforms, pages that reflect the employment and generation of content but not in a prolonged way towards the population.

.Keywords: Official Communication, Information Dissemination, Management, Communication Strategies





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
ÍNDICE GENERAL



| | |
|---------------------------------|-----------|
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. DESARROLLO..... | 3 |
| 2.1. JUSTIFICACIÓN..... | 3 |
| 2.3. SUSTENTOS TEÓRICOS..... | 5 |
| 2.4. TÉCNICAS APLICADAS | 13 |
| 2.5. RESULTADOS OBTENIDOS | 15 |
| III. CONCLUSIONES..... | 19 |
| BIBLIOGRAFÍA | 21 |
| VI. ANEXOS..... | 23 |



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
I. INTRODUCCIÓN



La promoción de información para el empoderamiento de conocimientos en la sociedad, es el principal propósito que posee la emisión de comunicados oficiales por parte de las instituciones públicas. En la actualidad, existen grandes avances tecnológicos para la comunicación, que permiten la difusión de noticias utilizando diferentes canales de información que contribuyen a la institución el fomentar y promover un mayor impacto hacia la población. El acceso a la información y comunicación sobre la gestión pública desarrollada por los GAD es un derecho amparado que posee el ciudadano, en bases normativas como La Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), por tal razón, el uso de plataformas de comunicación, como la página institucional o redes sociales oficiales, constituyen herramientas comunicativas para asegurar una adecuada difusión a la población.

La difusión de contenidos oficiales por parte de los gobiernos autónomos descentralizados en el país, tienen como premisa, informar sobre cada acción ejecutada en la administración pública. Según Calle, García, y Murillo (2017) “todo acto de comunicación posee consigo las intenciones del interlocutor, por lo tanto, para decir que existe un proceso comunicativo debe haber intención de comunicar y la participación de dos o más personas” (p. 48). El manejo de la información oficial permite el fortalecimiento o deterioro de la imagen institucional en los gobiernos municipales o parroquiales, motivo por el cual las estrategias comunicacionales juegan un rol protagónico en la percepción ciudadana.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Una de las principales debilidades que presentan las instituciones del Estado, es el débil proceso comunicativo con la ciudadanía y el uso incorrecto de plataformas de comunicación; lo cual influye en que, los usuarios activos o pasivos que manejan y conocen los medios de información oficiales utilizados por las organizaciones públicas tengan un impacto negativo sobre la gestión comunicacional efectuada. Por ende, la adecuada difusión de comunicación oficial contribuye a la formación de opinión pública, basada en la perspectiva que el usuario mantiene de las acciones puestas en marcha por las instituciones para proporcionar información dirigida hacia la ciudadanía.

El objetivo de la investigación consiste en analizar el manejo de la comunicación oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Ricaurte y su impacto en la ciudadanía de la localidad. El presente caso de estudio se basa en la línea de investigación periodismo investigativo sustentable aplicado a las nuevas tecnologías y sublínea periodismo digital y propósito nacional, debido a que se analizan las estrategias comunicacionales aplicadas por la institución para difundir la información forjada hacia la colectividad.

La metodología empleada en la investigación está constituida por los tipos de investigación documental y descriptiva, apoyadas bajo el razonamiento de los métodos inductivo y deductivo. Además, se aplicaron las técnicas investigativas de observación directa, encuesta y entrevista, instrumentos que contribuyeron en la obtención de datos relevantes que sustentan el presente caso de estudio. Las unidades de análisis son: talento humano del GAD parroquial de Ricaurte y ciudadanos de la localidad.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
II. DESARROLLO



2.1. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la investigación es importante porque permite identificar las estrategias comunicacionales que emplea la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Ricaurte; además, el estudio investigativo ayuda a determinar las fortalezas y debilidades que posee la institución en el manejo de la comunicación oficial sobre la administración pública efectuada y **su impacto** en la ciudadanía. **La trascendencia** de la presente investigación también se sustenta en la importancia que posee el marketing digital como medio de comunicación, puesto que, dependiendo del uso efectuado se condiciona la opinión pública.

El estudio sobre la comunicación oficial en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Ricaurte es relevante desde dos enfoques, teórico y práctico, debido a que se referencia posturas teóricas de la importancia que posee la comunicación oficial en la opinión pública de la ciudadanía; mientras que, el aporte práctico radica en el estudio particular de la comunicación social y periodismo digital con propósito nacional.

La realización del caso de estudio es **factible** porque posee recursos humanos, económicos y disponibilidad de información que permite la obtención y suficiencia de datos que sustentan el caso de estudio. Su factibilidad también se fundamenta en las competencias profesionales del investigador basadas en el periodismo y comunicación social; puesto que, la realización



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



y análisis de la gestión comunicacional en la institución estudiada, se requiere de los conocimientos adquiridos en el proceso de formación profesional.

La investigación tiene como **beneficiarios** directos al personal de Talento Humano de la institución y a los ciudadanos que son usuarios activos o pasivos de los diferentes medios de comunicación empleados por la gestión pública del GAD Parroquial de Ricaurte; mientras que, los beneficiarios indirectos son los estudiantes que forman parte de la comunidad académica.

La investigación tiene como **beneficiarios** directos al personal de Talento Humano de la institución y a los ciudadanos que son usuarios activos o pasivos de los medios de comunicación empleados por la gestión pública del GAD Parroquial de Ricaurte, mientras que los beneficiarios indirectos son los estudiantes que forman parte de la comunidad académica que requieran del acceso a estudios investigativos con temas de estudio afines al presente caso de investigación.

2.2. OBJETIVO

Evaluar la comunicación oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Ricaurte y su difusión en la población local.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



2.3. SUSTENTOS TEÓRICOS

Comunicación Oficial

La comunicación oficial le permite a la ciudadanía conocer noticias, hechos y sucesos de fuentes oficiales, motivo por el cual juega y desempeña un rol trascendental en la difusión de la información pública:

Es un instrumento de gestión puesta en práctica por las instituciones públicas, con la finalidad de proporcionar y brindar a la ciudadanía información de las acciones planificadas y desarrolladas durante cierto periodo de tiempo. En materia de comunicación, en el uso de los recursos sobre todo para quienes forman parte del área de comunicación, deben trabajar en fomentar el respeto y la identidad de la imagen institucional; el cual, en conjunto con las autoridades actuales apliquen estrategias innovadoras de diferenciación, que permitan informar adecuadamente a la ciudadanía a través de una comunicación oficial efectiva. (Bravo, 2019)

Para Márquez, Molina, y Mejía (2017) “La comunicación oficial se encuentra inmiscuida en la comunicación interna; abarca el desarrollo de la información por medio de correos, memorándums, normas, políticas y procedimientos aplicados a la comunicación producida por las funciones efectuadas en las instituciones públicas” (p.38). Este tipo de comunicación debe ser la primera en llegar a los servidores públicos, donde la gestión de la información en



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



toda la entidad debe manifestar de manera horizontal una comunicación sistémica e interactiva hacia la ciudadanía.

Importancia de la comunicación oficial

La comunicación oficial o formal es de gran importancia para el debido funcionamiento de las instituciones; puesto que, permite mantener una información congruente sobre cada una de las actividades efectuadas y puestas en marcha por la institución, correspondientes al proceso de gestión institucional consignado durante un determinado periodo, que permitan y consientan a las autoridades competentes poder informar sobre el trabajo y la labor ejecutada dentro del establecimiento. (Espinoza y Espinoza, 2019).

Comunicación Organizacional

Para Castro (2017) comunicación organizacional es “un mecanismo producido en las instituciones, que forman parte de la cultura y procedimientos internos aplicados a la gestión empresarial. En las organizaciones, es primordial que la comunicación interna sea fluida para poder alcanzar los objetivos planteados y propuestos conjuntamente” (p. 13). Por lo tanto, para que la comunicación sea efectiva se debe destinar acciones, procedimientos y tareas que permitan transmitir o recibir información mediante diferentes medios y técnicas de comunicación interna o externa con el propósito de lograr los metas institucionales.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Comunicación organizacional formal.

Comunicación establecida por la empresa en función al tipo de organización y desarrollo de objetivos. Los medios más comunes de comunicación son; el memorándum, carta entre departamentos, reuniones, correo electrónico, entre otras; los cuales se clasifican a continuación de la siguiente manera:

Comunicación descendente: se basa en la comunicación que fluye desde la gerencia o máxima autoridad de la empresa hacia los colaboradores. La principal ventaja es que el personal recibe información útil que les ayudará en el desarrollo de sus tareas.

Comunicación ascendente: ocurre cuando el talento humano se dirige a la dirección o gerencia. Es fundamental dentro de la organización, porque el personal informa el clima laboral, ayudando a aclarar rumores y aportación de informes.

Comunicación horizontal: se da entre el personal de igual jerarquía. Esta permite una adecuada coordinación entre los departamentos de la organización con el fin de no repetir funciones ni perder tiempo.

Comunicación diagonal: ocurre entre miembros de diferentes departamentos. Se generan ante situaciones en las que los colaboradores no se pueden comunicar eficientemente mediante otros medios.

Comunicación organización informal

Es aquella que se refiere al intercambio de información de manera informal; es decir, ocurre por medio de las relaciones de amistad o de algún grupo informal como club. La comunicación informal surge de manera espontánea y fluye libremente entre los miembros



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



de la empresa, puede darse en cualquier parte y no se emplea ningún canal oficial. Sus ventajas son: la comunicación rápida, solución fácil a los problemas y satisfacción ante las necesidades sociales de los empleados. (Castro, 2017, p.15-9).

Comunicación Interna

La comunicación interna “representa el modelo de mensaje que se comparten entre los miembros de la organización; es decir, es la interacción humana existente y efectuada en la empresa, la cual debe ser clara, directa, fluida, coherente, motivacional, estimulante y eficiente” (Fajardo & Nivia, 2016, pág. 78). Este tipo de comunicación se realiza en el departamento de talento humano de la empresa, permitiendo establecer vínculos informativos de comunicación. También, ayuda a organizar y mejorar el intercambio de información con los departamentos, fomentando un ambiente de trabajo informado en la participación interna.

La comunicación interna se refiere al conjunto de actividades que realiza una empresa para crear y mantener buenas relaciones entre sus miembros, mediante el uso de diversos medios de comunicación con el propósito de informar, integrar y motivar a los colaboradores con el fin de lograr los objetivos institucionales. Las herramientas que permiten la comunicación interna son: *boletines*, brinda información de interés al trabajador; *manual del empleado*, es un documento que comunica aspectos relacionados a la empresa como historia, visión, misión, valores y organigrama; *circulares*, documentos que circulan entre departamentos; *intranet*, redes a las que tiene acceso los miembros de la organización, donde se puede compartir archivos, videos y documentos entre ellos. (Chary, 2018)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Marketing Digital

Para aplicar el marketing digital es necesario realizar un estudio del mercado a través del internet, que identifique las necesidades de los consumidores o usuarios, el cual permita el establecimiento de estrategias por parte de las organizaciones; para aquello, debe existir un modelo de comunicación efectivo entre los clientes internos y externos de la organización (Cibrián, 2019). El marketing digital es un conjunto de actividades efectuada por la empresa a través de internet, con la finalidad de atraer nuevos clientes o usuarios, crear relaciones y dar a conocer la marca. Entre las principales estrategias de marketing digital están:

Anuncios de pago, se basa en el uso de anuncios colocados en sitios web o blogs con la finalidad de dirigir el tráfico a la página web. *Marketing por email*, se realiza mediante mensajes a los clientes o usuarios que han otorgado la dirección de correo electrónico en el sitio web. *Marketing en redes sociales*, se refiere al envío de mensajes publicitarios mediante redes sociales como Facebook, Twitter, entre otros, con el objetivo de conseguir clientes para un producto o servicio. *Video marketing*, se basa en hacer publicidad mediante YouTube con el fin de promocionar los productos o servicios. (Selman, 2017)

Comunicación Corporativa

La comunicación corporativa se refiere al grupo de acciones que realiza la empresa para difundir las actividades que promueve y ofrece al público, sean estos internos o externos, con el propósito de ofrecer una imagen transparente que favorezca su posicionamiento



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



empresarial. Esta comunicación se divide en dos tipos: *Interna* que se efectúa dentro de la organización, mediante la transmisión de mensajes claros, fáciles y eficaces; puede ser descendente, ascendente, horizontal y diagonal; además de la comunicación informal y formal. Mientras que, la *Externa* se refiere al conjunto de mensajes con contenido informativo de la organización dirigido al público con el fin de crear relaciones favorables, de tal manera que se proyecte una imagen adecuada. La comunicación externa se la puede realizar mediante diferentes herramientas como:

Comunicación externa operativa, busca mostrar a la empresa cómo una organización que informa de los productos o servicios que ofrece y trata de mejorar la imagen a través de diferentes promociones por medio de ferias, exposiciones, entre otros. Esta actividad se la realiza diariamente y se efectúa con los clientes, proveedores y potenciales compradores. *Publicidad*, se basa en la promoción de la imagen de la empresa; es decir, la organización tiene la necesidad de cuidar su credibilidad para lo cual se realiza publrreportajes, revistas de comunicación, publicidad en radio, internet o vallas publicitarias. *Relaciones públicas*, se refiere a las diferentes estrategias que emplea la empresa para gestionar la comunicación entre la organización y el público al que se dirige con el objetivo de mantener una imagen positiva. (Fuente, 2019)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Comunicación Social

La comunicación social es el conjunto de actos comunicacionales para modificar las representaciones, comportamientos y reforzar solidaridades. Además, tiene tres objetivos: comunicar sobre los problemas sociales, transmitir valores para reforzar lazos de solidaridad y modificar actitudes de riesgo en las personas. También se encarga de estudiar e investigar cuestiones relacionadas a la promoción de información, el rol de los medios de comunicación masiva y las industrias culturales. (Vilches y Sanz, 2015, p. 17)

Para realizar una comunicación social se necesita de tiempo y articulación, con el fin de hacer visible el problema tratado y tener una proximidad con las personas. Dentro de la comunicación se encuentra dominios como la seguridad, reducción de desigualdades (sociales, económicas y educativas), sensibilización ciudadana, reforzar lazos sociales y participación activa del ciudadano. (Vilches y Sanz, 2015, p. 18)

Comunicación en las instituciones públicas

La comunicación institucional da la oportunidad a la empresa de conocer y socializar ideas para alcanzar los objetivos y conseguir mayor participación entre los colaboradores y el público que la componen. Es fundamental para lograr una mejor gestión dentro de la empresa (interna-empresarial y externa-social), práctica informativa democrática que permita hacer efectivo el derecho a la información y los compromisos adquiridos por las administraciones; además de una proyección social de las instituciones públicas que fomente la participación ciudadana. (Aranes, 2021)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Difusión en la población local

Los medios de difusión surgidos a través del tiempo han servido de herramientas e instrumentos de apoyo en la gestión de las instituciones públicas, porque permite proporcionar a la ciudadanía y población en general toda la información necesaria concerniente a las actividades desarrolladas por la organización; a través de productos comunicacionales óptimos y dinámicos de carácter oficial que promuevan el manejo de la comunicación por medio de los diferentes canales de información. (Caguas, 2016).

En las instituciones públicas municipales el vocero de la comunicación oficial es exclusivamente el Alcalde o aquel funcionario que para algunos casos específicos él delegue para realizar cierta difusión. Para la difusión el Departamento de Comunicación o Relaciones Públicas debe de crear sistemas de comunicación para llegar con la información hacia la ciudadanía, los cuales deben suscribir acuerdos con diferentes medios sean estos televisivos, radiales, prensa escrita y demás canales que ellos estimen convenientes. (Caguas, 2016).

Para una difusión óptima y planificada de la institución es necesario suscitar la comunicación al público externo e interno sobre la elaboración de los productos comunicacionales, la coordinación de eventos, y relaciones públicas, por lo que se determinan tres elementos a considerar mencionados a continuación:

Relaciones públicas, con la organización de eventos, invitaciones y los protocolos a actos que están a cargo de la municipalidad, manteniendo contacto con los diferentes medios y canales de comunicación; *Comunicación*, con la cobertura y levantamiento



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



de textos tanto internos como externos, donde la máxima autoridad competente será la encargada de la revisión y aprobación del diseño y contenido a generar en la difusión; y *Producción*, con la elaboración de productos comunicacionales sean estos impresos, televisivos, radiales o virtuales. (Caguas, 2016).

2.4. TÉCNICAS APLICADAS

Modalidad de investigación

La modalidad de investigación posee un enfoque mixto, cuali-cuantitativo, debido a que se aplicaron las técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa con el propósito de analizar la comunicación oficial del GAD Parroquial de Ricaurte. También se aplicó el método deductivo, donde se analizó los aspectos relevantes que conlleva a la organización a tener inconvenientes en el cumplimiento de sus funciones o establecimiento de canales de comunicación efectivos. De igual forma se consideró el método inductivo para conocer los principales hallazgos en la comunicación oficial del GAD. Por lo tanto, la metodología empleada ayuda a la obtención de mayores aristas de análisis que facilitaron el establecimiento de las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Técnicas Utilizadas en la Investigación

Técnicas: Para el desarrollo de la investigación se aplicó las técnicas de encuesta y entrevista. La primera será aplicada a los ciudadanos de la localidad y la segunda al presidente del GAD Parroquial Ricaurte.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Población y muestra

Población

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Ricaurte (2019): “La parroquia Ricaurte tiene una población de 19 361 habitantes, donde el 90,72% representa el área rural y el 9,28% representa el área urbana; para lo cual, el caso de estudio consideró el 9,28% de la población localizada en el sector urbano correspondiente a 1.797 habitantes respectivamente” (p.22).

Muestra

Para la determinación de la muestra se aplica un muestreo probabilístico con el objetivo de determinar las unidades de observación en el presente caso de estudio. La muestra de investigación está conformada por 317 personas que residen en el área urbana de la Parroquia Ricaurte, donde se consultará sobre cómo conciben la comunicación oficial de la institución pública y los medios que se utilizan para la difusión de la información generada en la administración del GAD.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



2.5. RESULTADOS OBTENIDOS

Situaciones detectadas (Hallazgos)

Resultados de la entrevista

Los hallazgos identificados en la aplicación de la entrevista dirigida al presidente del GAD Parroquial de Ricaurte del cantón Urdaneta son: la administración pública de la institución no implementa una adecuada planificación sobre el contenido a difundir a través de los diferentes medios oficiales que posee la entidad; es decir, no se desarrolla un plan donde se definan estrategias comunicacionales que generen una mayor difusión de la información.

Los medios oficiales que posee el GAD para la difusión de la información pública son: Facebook y su página web institucional. La estrategia que emplean es la generación de contenido para publicarlo en las redes sociales y sección de noticias del portal web, también realizan publicidad física, pero no se establecen estudios que determinen los resultados e impacto de la difusión de la información pública.

La gestión del GAD Parroquial Ricaurte considera importante la difusión de la información pública a través de los medios oficiales de la institución; sin embargo, durante la investigación se observó que los dos canales de comunicación que se utilizan en la entidad (Facebook y página web institucional) no poseen publicaciones desde hace un buen periodo de tiempo (3 meses), lo cual demuestra que no se difunde contenido de forma periódica.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



La ausencia de información actualizada en los medios de comunicación oficial del GAD es una consecuencia de que la administración no posee definido un cronograma para el desarrollo de un plan comunicacional; por lo tanto, la gestión de la comunicación no es efectiva, lo que impide a la ciudadanía estar informada de las actividades y decisiones que toman los funcionarios públicos de la institución.

Resultados de la encuesta

Los hallazgos identificados en la encuesta realizada a la ciudadanía indican que: el 80% de la población encuestada desconocen las obras, planes, programas y actividades que ejecuta la administración pública del GAD. Un 50% afirmó que no identifica los sitios oficiales para conocer información sobre la institución. Otro hallazgo importante es que a la ciudadanía le gustaría informarse de mejor manera por medio de la página institucional y la cuenta oficial de Facebook; mientras que el 50% de las personas consultadas no cuentan con un adecuado conocimiento sobre todo el portafolio de servicios de la organización.

Soluciones Planteadas

En base a los hallazgos que han sido descritos, se presentan las siguientes soluciones que podrían ser aplicadas para mejorar la situación actual:

- Desarrollar un plan de comunicación que permita a los colaboradores que laboran en el área encargada de la difusión del GAD, tener más y mejores herramientas para realizar un trabajo eficaz, a través de procedimientos, técnicas y métodos que



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



permitan plasmar la forma como la institución se comunicará con el público de manera oficial. Esto contribuirá a tener una idea mucho más clara de los objetivos de comunicación, que básicamente es mantener informada a la ciudadanía de la Parroquia Ricaurte.

- Efectuar estudios de medición y evaluación constante cuando se realizan publicaciones y difusión de información, los cuales permitan establecer si a través de los medios o canales por los cuales el GAD ha difundido sus comunicados, se ha alcanzado llegar a toda la colectividad de forma efectiva, para conocer el impacto positivo o negativo en la promulgación de estos contenidos; todo esto podría contribuir a tomar las mejores decisiones en cuanto a la comunicación de la entidad.
- Para una mayor efectividad en la difusión de la comunicación oficial es necesario que el GAD Parroquial mantenga cada una de sus páginas oficiales totalmente actualizadas, bajo cronogramas de planes comunicacionales con la correspondiente información de todo aquello que la ciudadanía en general necesita conocer, de tal manera que aporte en la transparencia de la gestión institucional a través de una adecuada comunicación y acceso a la información pública.
- Para fortalecer la comunicación oficial, es necesario que el GAD fomente la publicación de información de forma constante, para brindar a la ciudadanía el conocimiento necesario de las actividades que se realizan en la entidad. Además, se requiere de instrucciones de cómo acceder a las páginas oficiales para informarse de



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



las obras, proyectos y gestiones efectuadas en la parroquia; esto se puede llevar a efecto mediante capacitaciones, charlas, exposiciones o conversatorios con la ciudadanía en general.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
III. CONCLUSIONES



En base a la información bibliográfica y de campo que se ha recolectado en el presente estudio, se establecen las siguientes conclusiones:

- La difusión de la información pública es transcendental para los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales, donde la utilización de medios de comunicación oficiales hace posible transparentar la gestión efectuada durante cada gobierno y periodo de mandato, por ende, se requiere de un plan estratégico comunicacional que ayude a difundir información de calidad para que la ciudadanía se encuentre informada de la gestión realizada, de forma que pueda emitir juicios de valor acorde a la realidad que se presenta.
- La comunicación oficial desarrollada por el GAD Parroquial Ricaurte en la difusión de la información pública se establece bajo la gestión y aplicación de medios de difusión oficiales, pero no se realiza con efectividad, lo cual refleja la inexistencia de un plan de comunicación como línea o canal de transmisión hacia la población; que, además de limitar el contenido al público, carece de estrategias comunicacionales que permitan una mayor y mejor eficiencia en las actividades comunicacionales.
- La desactualización de contenido en los medios de comunicación y difusión genera desinformación en la ciudadanía, lo cual puede provocar desconfianza en la población, respecto a la gestión realizada por los funcionarios públicos de la entidad,



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



donde muchas veces tienden a suponer o razonar que no se están efectuando las labores para las que fueron elegidos mediante el voto ciudadano. Esto ocurre porque los colaboradores del GAD no consideran como un aspecto fundamental el mantener informada a la población de la Parroquia Ricaurte.

- Lo métodos empleados por la administración del GADP Ricaurte no han surtido el efecto que debería causar en la población; la mayor parte de los ciudadanos no se enteran de la gestión de la entidad; si bien es cierto, existen canales de comunicación, estos no han sido utilizados de manera eficaz, aspecto que evidentemente influye en la inconformidad de los ciudadanos respecto a al a forma de comunicar que actualmente posee la entidad.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
BIBLIOGRAFÍA



- Apolo, D., Báez , V., Pauker, L., & Pasquel , G. (2017). Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y. *Revista Latina de Comunicación Social*(72), 521-539.
- Aranes, J. (12 de 03 de 2021). *La comunicación institucional de la administración pública*. Obtenido de Core: <https://core.ac.uk/download/pdf/326227926.pdf>
- Bravo, C. (31 de Agosto de 2019). Comunicación oficial vs. propaganda. *El Telégrafo*, págs. 1-2. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/15/comunicacion-oficial-propaganda>
- Caguas, M. (2016). El sistema de comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Alausí y su incidencia en la opinión pública de la población de este cantón comprendida entre los 20 a 50 años de edad durante el período diciembre de 2012 a mayo de 2013. *Tesis de Grado*. Universidad Nacional de Chimborazo, Alausí.
- Calle, L., García, L., & Murillo, J. (2017). *Comunicación efectiva en entornos empresariales*. Bodotá D.C: Editorial CESA.
- Castro, A. d. (2017). *Manual práctico de Comunicación Organizacional*. Barranquilla: Editorial Verbum.
- Chary, H. (2018). a gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*, 9(1), 1-10.
- Cibrián, I. (2019). *Marketing digital*. Madrid: ESIC.
- Cobaleda, N. (02 de Julio de 2014). *El Cuerpo no Miente*. Obtenido de ECNM: <http://elcuerponomiente.com/somos.php>
- Espinoza, M., & Espinoza, M. (2019). La comunicación en los proyectos empresariales, tipos y medios utilizados: revisión bibliográfica. *researchgate. Revista de Investigacion Educativa*, 1-9. Obtenido de <https://www.researchgate.net/profile/Marcos-Espinoza->



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



3/publication/349108380_LA_COMUNICACION_EN_LOS_PROYECTOS_EMPRES
ARIALES_TIPOS_Y_MEDIOS_UTILIZADOS_REVISION_BIBLIOGRAFICA/links
/6020c8fc92851c4ed557982e/LA-COMUNICACION-EN-LOS-PROYECTOS-
EMPRESARIALES-TIPO

Fajardo, G., & Nivia, A. (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional: Ejes de la comunicación "Guía de conceptos y saberes"*. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Fuente, C. (2019). *Comunicación e imagen corporativa*. España: Editorial Elearning.

Gobierno Autónomo Descentralizado De La Parroquia Ricaurte. (2019). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Ricaurte*. Ricaurte: Integrer. Obtenido de <https://odsterritorioecuador.ec/wp-content/uploads/2019/04/PDOT-PARROQUIA-RICAURTE-2015-2030.pdf>

Márquez, J., Molina, Ó., & Mejía, L. (2017). La gestión de comunicación del municipio de montecristi y su influencia en la imagen institucional. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 2(1), 34-50.

Pineda, A. (2019). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *GEON*, 1, 9-25.

Vilches, F., & Sanz, L. (2015). *Comunicación social y accesibilidad*. Madrid: Editorial Dykinson



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
VI. ANEXOS



Anexo 1. Cálculo de la muestra

| | | |
|--|---|-------|
| Tamaño de la población finita ($N > 100$ y $N < 100000$) | N | 1.797 |
| Intervalo de confianza(1,96) valor constante | Z | 1,96 |
| Margen de error(se sugiere 5% o el 1%) | E | 0,05 |
| Porcentaje de éxito (50%) | P | 0,5 |
| Porcentaje de fracaso (50%) | Q | 0,5 |

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

$$n = \frac{1979*(3,8416)^2*0,5*0,5}{(0,0025)^2(1979-1)+3,8416^2*0,5*0,5}$$

$$n = \frac{1725,8388}{4,49+0,9604}$$

$$n = \frac{1725,8388}{5,4504}$$

$$n = 316,6444298$$

$$n = 317 \text{ Redondeado}$$



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Anexo 2. Formato de entrevista dirigida al presidente del GAD parroquial de Ricaurte

1. **¿Existe una planificación que establezca una agenda de comunicación sobre los proyectos y obras ejecutadas? Argumente su respuesta**

2. **¿Cuáles son los principales canales de comunicación en la institución y cuál es el que más utilizado por el ciudadano bajo su percepción?**

3. **¿Qué tipos de acciones o estrategias promueve el GAD para aumentar el relacionamiento y participación ciudadana?**

4. **¿Cuál es el nivel de importancia que ha dado la administración a la comunicación? Por qué**

5. **¿Con qué frecuencia se actualiza la información en las plataformas digitales?**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Anexo 3. Formato de encuesta dirigida a los ciudadanos que asisten a las instalaciones del GAD

¿Conoce usted sobre las actividades, proyectos y obras que realiza el GAD?

Algo

Poco

Nada

Mucho

¿Cuál de los siguientes canales de comunicación utiliza usted para obtener información del GAD?

Página institucional

Página de Facebook

Solicitud por escrito

Prensa Local Televisiva

Prensa Escrita

Ninguna de las anteriores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

¿Cuándo se acerca usted a las instalaciones del GAD; cuál de los siguientes canales alternativos de comunicación identifica?

- Comunicados
- Afiches
- Carteles
- Otros

¿Qué medio de comunicación le gustaría utilizar para informarse sobre las actividades del GAD?

- Asambleas
- Hojas volantes
- Radio
- Prensa escrita
- Televisión
- Página institucional
- Facebook

¿Cree usted que la información que proporciona el GAD ayuda a conocer sobre todos las obras, proyectos o actividades que realiza?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Si

No

¿Conoce usted sobre los servicios que oferta el GAD de la parroquia Ricaurte?

Si

No



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Anexo 4. Entrevista dirigida al presidente del GAD parroquial de Ricaurte

6. ¿Existe una planificación que establezca una agenda de comunicación sobre los proyectos y obras ejecutadas? Argumente su respuesta

Normalmente no, pero se realiza publicaciones en función de las actividades que se ejecutan como avances de obras, inicios o culminación de un proyecto social; es decir, planificación formal no existe, pero hay un patrón a seguir para la difusión de la información

7. ¿Cuáles son los principales canales de comunicación en la institución y cuál es el que más utilizado por el ciudadano bajo su percepción?

La página oficial de Facebook debido a que es la era de la tecnología donde la mayor parte de la ciudadanía posee teléfonos móviles con datos que le permiten acceder a internet y visitar las redes sociales e informarse sobre la gestión realizada, sin embargo, la página institucional es el segundo medio de mayor utilización bajo mi percepción.

8. ¿Qué tipos de acciones o estrategias promueve el GAD para aumentar el relacionamiento y participación ciudadana?

Podría considerarse como estrategia la creación de contenidos para subir a las redes sociales y tener mayor alcance en la difusión de la información pública

9. ¿Cuál es el nivel de importancia que ha dado la administración a la comunicación? Por qué

El mayor nivel posible, debido a que la promoción de noticias oficiales ayuda a transparentar la gestión y fomentar un mayor relacionamiento con la ciudadanía, impulsando su participación de forma activa.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



10. ¿Con qué frecuencia se actualiza la información en las plataformas digitales?

Varía según el desempeño de la gestión documental que se realiza en la administración, por lo tanto, no hay periodos de tiempo establecidos, a veces se efectúa por el inicio de una obra, apertura de curso vacacionales, entre otros aspectos más.

Anexo 5. Resultados de la encuesta realizada a 317 ciudadanos de la localidad.

1. ¿Conoce usted sobre las actividades, proyectos y obras que realiza el GAD?

Tabla N° 1. *Conocimiento de Actividades, proyectos y obras realizadas.*

| Parámetros | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|--------------|------------|-------------|----------------------|
| Algo | 32 | 10% | 10% |
| Poco | 253 | 80% | 90% |
| Nada | 20 | 6% | 96% |
| Mucho | 12 | 4% | 100% |
| Total | 317 | 100% | |

Fuente: Encuesta.

Elaborador por: José Benites Rojas

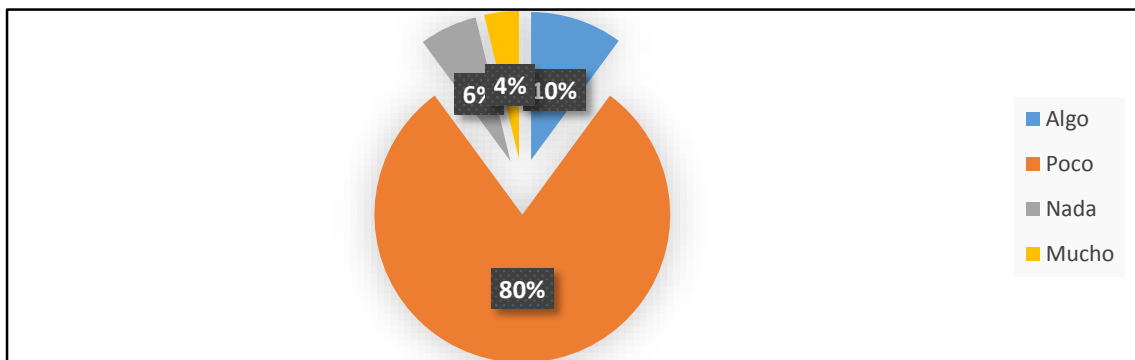


Gráfico N° 1. Conocimiento de Actividades, proyectos y obras realizadas

Elaborador por: José Benites Rojas

Análisis e Interpretación

El 80% de las personas encuestadas manifestaron que conocen poco sobre las actividades o funciones que realiza el GAD, un 10% mencionaron que algo, otro 6% nada y el 4% restante dijeron mucho. Los resultados obtenidos permiten interpretar que el empoderamiento ciudadano no es el adecuado porque la difusión de la información pública no posee un impacto positivo en la ciudadanía.

2. ¿Cuál de los siguientes canales de comunicación utiliza usted para obtener información del GAD?

Tabla N° 2. Canal de Comunicación utilizado por el ciudadano

| Parámetros | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|---------------------------|------------|-------------|----------------------|
| Página institucional | 94 | 30% | 30% |
| Página de Facebook | 51 | 16% | 46% |
| Solicitud por escrito | 0 | 0% | 46% |
| Prensa local Televisiva | 12 | 4% | 50% |
| Prensa escrita | 4 | 1% | 51% |
| Ninguna de las anteriores | 156 | 49% | 100% |
| Total | 317 | 100% | |

Fuente: Encuesta.

Elaborador por: José Benites Rojas

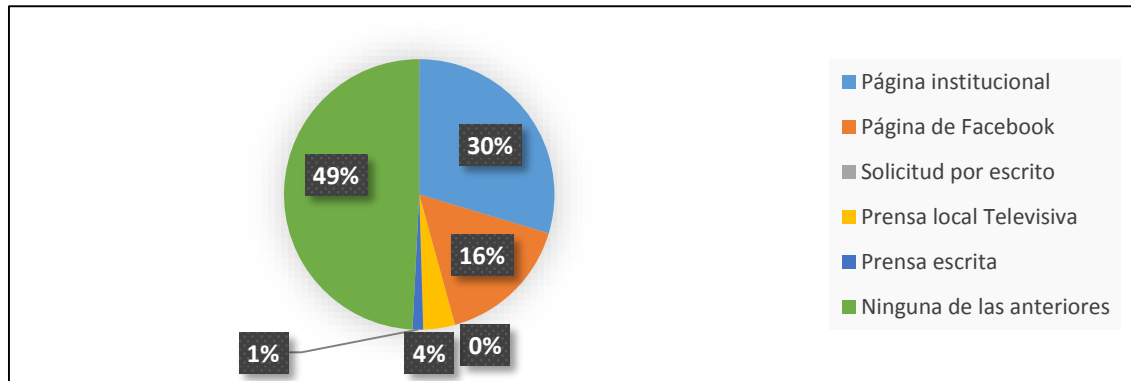


Gráfico N° 2. Canal de Comunicación utilizado por el ciudadano

Elaborador por: José Benites Rojas

Análisis e Interpretación

De acuerdo a las encuestadas el 49% de las personas mencionaron que no utilizan ninguno de los medios de comunicación que el GAD utiliza para la difusión de la información pública, 30% dijeron que la página institucional, un 16% manifestaron Facebook, mientras que un 4% comunicaron prensa local televisiva y el 1% restante prensa escrita. La información obtenida evidencia que existe un patrón negativo donde la ciudadanía no se interesa en informarse sobre la gestión del GAD.

COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

3. ¿Cuándo se acerca usted a las instalaciones del GAD; cuál de los siguientes canales alternativos de comunicación identifica?

Tabla N° 3. *Identificación de canales alternativos en el GAD*

| Parámetros | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------|
| Comunicados | 23 | 7% | 7% |
| Afiches | 187 | 59% | 35% |
| Carteles | 6 | 2% | 37% |
| Otros | 12 | 4% | 41% |
| Ninguna de las anteriores | 89 | 28% | 100% |
| Total | 317 | 100% | |

Fuente: Encuesta.

Elaborador por: José Benites Rojas

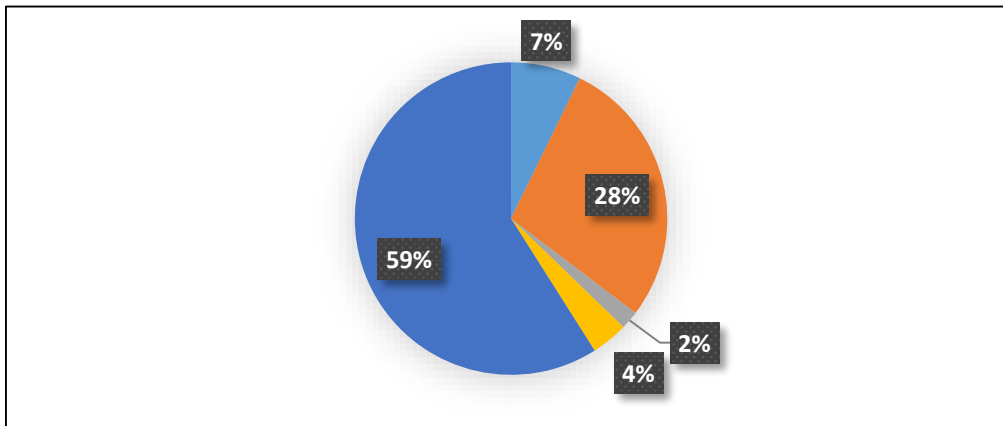


Gráfico N° 3. *Identificación de canales alternativos en el GAD*

Elaborador por: José Benites Rojas

Análisis e Interpretación

Los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas demuestran que el 59% de la población manifestó que identifican afiches al visitar el GAD, 28% escogió ninguna de las anteriores y un 7% manifestó observar comunicados. Los patrones de respuestas revelan que la ciudadanía se informarse sobre la gestión pública son afiches, mientras que otro importante segmento de la población no observan mayores estrategias comunicacionales.

4. ¿Qué medio de comunicación le gustaría utilizar para informarse sobre las actividades del GAD?

Tabla N° 4. Utilización de medio de comunicación para informarse.

| Parámetros | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|----------------------|------------|-------------|----------------------|
| Asambleas | 2 | 1% | 1% |
| Hojas volantes | 6 | 2% | 3% |
| Radio | 39 | 12% | 15% |
| Prensa escrita | 3 | 1% | 16% |
| Televisión | 32 | 10% | 26% |
| Página institucional | 127 | 40% | 66% |
| Facebook | 108 | 34% | 100% |
| Total | 317 | 100% | |

Fuente: Encuesta.

Elaborador por: José Benites Rojas

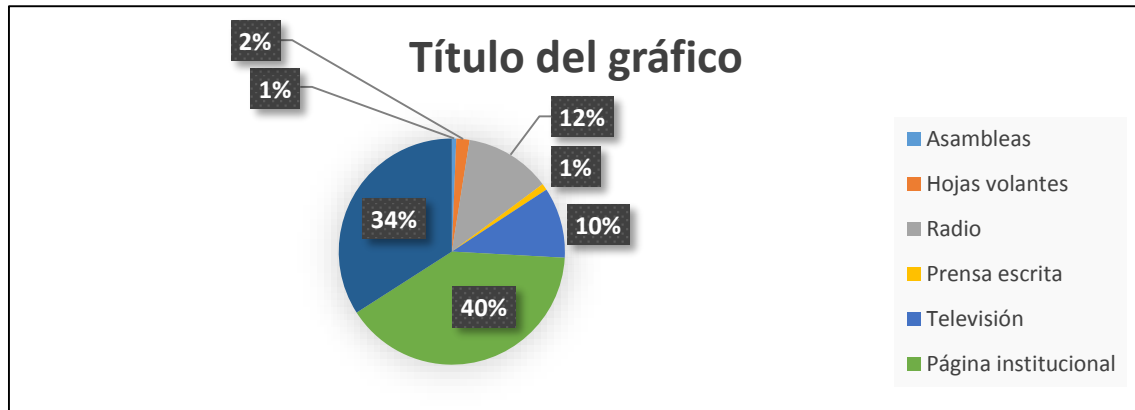


Gráfico N° 4. Utilización de medio de comunicación para informarse.

Elaborador por: José Benites Rojas

Análisis e Interpretación

La consulta a la ciudadanía sobre qué medios de comunicación le gustaría utilizar para informarse sobre la gestión pública del GAD, el 40% manifestó, a través de la página institucional, 34% dijo Facebook y otro segmento importante de la población encuestada con un 12% comunicaron que por medio de la radio. Los resultados obtenidos evidencian cuales son los medios de comunicación de mayor aceptación por la ciudadanía para informarse sobre las actividades que ejecuta el GAD.

5. ¿Cree usted que la información que proporciona el GAD ayuda a conocer sobre todos las obras, proyectos o actividades que realiza?

Tabla N° 5. Información proporcionada por el GAD

| Parámetros | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|--------------|------------|-------------|----------------------|
| Si | 62 | 20% | 20% |
| No | 255 | 80% | 100% |
| Total | 317 | 100% | |

Fuente: Encuesta.

Elaborador por: José Benites Rojas

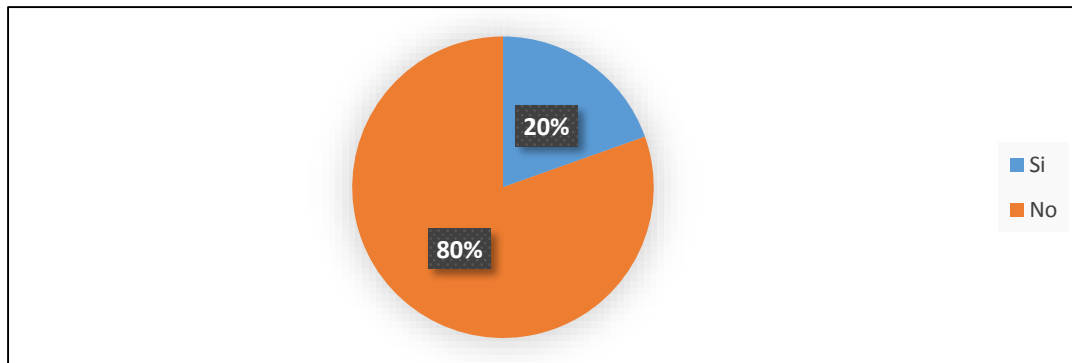


Gráfico N° 5. Información proporcionada por el GAD

Elaborador por: José Benites Rojas

Análisis e Interpretación

La pregunta direccionada a consultar si la información proporcionada por el GAD brindan todas las noticias necesarias sobre las actividades que realiza la administración, obtuvo que el 80% manifestó que no y el 20% restante mencionó que sí. Respuestas que permiten interpretar que la difusión de la información pública no logra resultados significativos en el relacionamiento con la ciudadanía.

6. ¿Conoce usted sobre los servicios que oferta el GAD de la parroquia Ricaurte?

Tabla N° 2. *Conocimiento de servicios que ofrece el GAD*

| Parámetros | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|--------------|------------|-------------|----------------------|
| Si | 168 | 53% | 27% |
| No | 149 | 47% | 100% |
| Total | 317 | 100% | |

Fuente: Encuesta.

Elaborador por: José Benites Rojas.

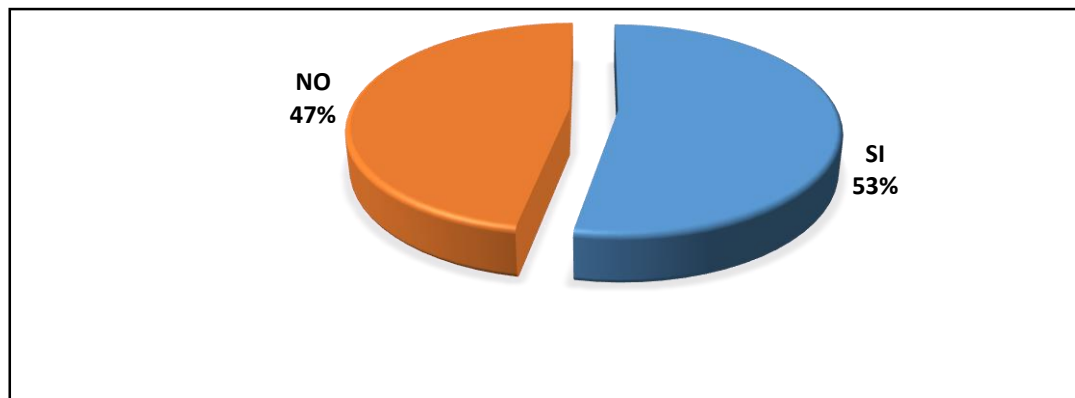


Gráfico N° 6. Conocimiento de servicios que ofrece el GAD
Elaborador por: José Benites Rojas

Análisis e Interpretación

Cuando se consultó sobre el nivel de conocimiento que posee la ciudadanía con respecto a los servicios institucionales, el 53% mencionó que sí conocen todo el portafolio de servicios que oferta la institución, mientras que el 47% restante manifestó que no. Lo cual denota que un importante segmento de las personas encuestadas que no poseen un adecuado empoderamiento de la información pública generada en el GAD.