



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN Y LA ESCASA
GESTIÓN DEL GAD DE SAN CRISTÓBAL DE PATATE EN LA
EJECUCIÓN DE OBRAS CIVILES DEL PERIODO 2017,
APLICADA A UN MODELO MULTIVARIANTE.**

**AUTORES: NACIMBA NACIMBA, ANGEL DAVID
SALAN GUANO, DEYSI MARISOL**

DIRECTOR: ING. MANTILLA VARGAS, ALFREDO FARID

SANGOLQUI

2019

CERTIFICACION



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN Y LA ESCASA GESTIÓN DEL GAD DE SAN CRISTÓBAL DE PATATE EN LA EJECUCIÓN DE OBRAS CIVILES DEL PERIODO 2017, APLICADA A UN MODELO MULTIVARIANTE" fue realizado por el señor Nacimba Nacimba, Angel David y la señorita Salán Guano, Deysi Marisol el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí. 10 de enero del 2019

Firma:



Ing. Mantilla Vargas Alfredo Farid

C. C.: 1001095718

AUTORIA DE RESPONSABILIDAD



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTECNIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Nacimba Nacimba, Angel David y Salán Guano, Deysi Marisol, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Incidencia de la comunicación y la escasa gestión del Gad de San Cristóbal de Patate en la ejecución de obras civiles del periodo 2017, aplicada a un modelo multivariante**, es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 10 de enero del 2019

Firma

Nacimba Nacimba Angel David

C.C.: 1723214654

Firma

Salán Guano Deysi Marisol

C.C.: 1804487013

AUTORIZACION

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Nacimba Nacimba, Angel David y Salán Guano, Deysi Marisol** autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Incidencia de la comunicación y la escasa gestión del Gad de San Cristóbal de Patate en la ejecución de obras civiles del periodo 2017, aplicada a un modelo multivariante**, en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 10 de enero del 2019

Firma

.....
Nacimba Nacimba Angel David

C.C.: 1723214654

Firma

.....
Salán Guano Deysi Marisol

C.C.: 1804487013

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado a Dios quien es el creador del universo y quien es el que día a día me da vida, esperanza, fortaleza, para seguir luchando.

Quiero dedicarle todo este esfuerzo a una persona muy especial en mi vida, quien a pesar de mis caídas y derrotas que tuve durante mi paso por la vida nunca dejo de creer en mí y a pesar de los miles de problemas que tuvimos que afrontar siempre estuvo a mi lado, nunca perdió la esperanza en Dios sabía que lo iba a lograr. Ahora solo quiero decirle que este esfuerzo realizado y esta meta alcanzada no es solo mía es de las dos, esto es para ti Madre querida, no me cansare de decirte lo mucho que te amo gracias por todo.

Deysi Marisol Salán G.

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado a mi madre por ser un ejemplo a seguir. Madre tu que me enseñaste a ser fuerte en la vida y no dejarme vencer por los problemas que se presentan día a día, tú que siempre con una sonrisa y un buen consejo lograste criarme e inculcarme buenos valores para ser la persona que ahora soy.

A mi familia que me ha dado los mejores momentos de la vida, pero sobre todo las mejores enseñanzas, así como también siempre me han brindado su apoyo para seguir adelante.

A mis abuelitos que desde niño me criaron pero sobre todas las cosas siempre me han dado todo su afecto y cariño.

Angel David Nacimba

AGRADECIMIENTO

A mis padres Raúl y Lourdes son mi pilar, mi fuerza y mi ejemplo a seguir, seres hermosos que me han dado la vida, me han impulsado y sobre todo por no dejar de creer en mí.

A mis hermanas Marilú, Cecilia y Mayra que han sido mis mayores cómplices para ayudarme a concretar algunos de mis sueños, ejemplo de mujeres inteligentes, fuertes, luchadoras, perseverantes les amare por siempre.

A mis sobrinas y sobrinos Leonela, Alison, Jennifer, Henry y Luis por ser mi fuente de inspiración, de amor. Mis chiquitos ustedes me dan la vida con sus locuras me hacen sonreír día a día.

Al Ing. Farid Mantilla por impartirme sus conocimientos durante toda mi carrera universitaria, por la paciencia y su apoyo incondicional que me ha demostrado durante el desarrollo de proyecto de titulación, por el cariño que me demuestra siempre le llevaré en mi corazón.

Deysi Marisol Salán G.

AGRADECIMIENTO

A mi madre por ser el pilar fundamental que en todo momento me ha demostrado su amor y su afecto, gracias por todos consejos y ese apoyo que me brindas todos los días.

A mis abuelitos que en todo momento me han estado apoyando. Gracias por su cariño tiempo y dedicación.

A Belén por ser un apoyo incondicional en todo momento. Gracias por estar a mi lado y compartir tu tiempo.

Al Ing. Farid Mantilla por ser un amigo, compañero y tutor de tesis. Gracias por compartir sus conocimientos y enseñanzas.

Angel David Nacimba

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACION	I
AUTORIA DE RESPONSABILIDAD	II
AUTORIZACION.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XV
1. CAPÍTULO I ANTECEDENTES	18
1.1. REFERENCIAS.....	18
1.1.1 JUSTIFICACIÓN	19
1.1.2 OBJETIVOS	20
1.1.2.1 Objetivo General	20
1.1.2.2 Objetivos Específicos	20
1.1.3 GIRO DEL NEGOCIO	21
1.1.4 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	21
1.1.4.1 Misión.....	21
1.1.4.2 Propuesta por autores.	21
1.1.4.3 Visión	21
1.1.4.4 Propuesta por autores.	22
1.1.5 OBJETIVOS	22
1.1.5.1 Corto Plazo.....	22
1.1.5.2 Mediano Plazo.....	22
1.1.5.3 Largo Plazo.....	23
1.1.6 VALORES.....	23
1.1.7 PRINCIPIOS	23
1.1.8 POLÍTICAS DEL GAD MUNICIPAL DE SAN CRISTÓBAL DE PATATE.....	24
1.1.9 ORGANIGRAMA.....	25
1.2. MARCO TEÓRICO.....	25

1.2.1	TEORÍA COMUNICACIÓN	25
1.2.2	TEORÍA DE GESTIÓN	27
1.2.3	TEORÍA DEL MODELO MULTIVARIANTE	27
1.3.	MARCO REFERENCIAL	30
1.3.1	COMUNICAR PARA LA CERCANÍA: ANÁLISIS	30
1.3.2	GESTIÓN PÚBLICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CHILE.	33
1.3.3	INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL (MÉXICO).....	34
1.3.4	MODERNIZACIÓN DE LA GESTIÓN PÚBLICA EN EL PRIMER TIEMPO:.....	35
1.4.	MARCO CONCEPTUAL	39
1.4.1	INCIDENCIA	39
1.4.2	COMUNICACIÓN	39
1.4.3	GESTIÓN.....	40
1.4.4	EJECUCIÓN	40
1.4.5	OBRA	41
1.4.6	ANÁLISIS MULTIVARIANTE.....	41
1.4.7	POBLACIÓN	42
1.4.8	SOCIEDAD	42
1.4.9	SOCIALIZACIÓN.....	42
2.	CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO.....	43
2.1.	FASE CUALITATIVA	43
2.1.1	PROBLEMA OBJETO DE ESTUDIO	43
2.1.2	NECESIDAD	44
2.1.3	PROPÓSITO	44
2.1.4	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	44
2.1.5	OBJETIVOS	45
2.1.5.1	Objetivo general	45
2.1.5.2	Objetivos específicos.....	45
2.1.6	HIPÓTESIS	45
2.1.7	ÉTICA DEL INVESTIGADOR.....	46
2.2.	FASE METODOLÓGICA.....	46

2.2.1	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	46
2.2.2	FUENTES DE INFORMACIÓN	46
2.2.3	TÉCNICA DE MUESTREO	47
2.2.3.1	Elementos y unidades muestrales	47
2.2.4	DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	47
2.2.5	MATRIZ DE MEDIDAS DE ESCALA.....	47
2.2.6	ANÁLISIS PRUEBA PILOTO	50
2.2.7	ENCUESTA PILOTO	52
2.2.8	RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO	53
2.3.	FASE TRABAJO DE CAMPO	60
2.3.1	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	60
2.3.2	TAMAÑO DE LA MUESTRA	60
2.3.3	CÁLCULO DE LA MUESTRA	60
2.3.4	MUESTREO ESTRATIFICADO	61
2.3.5	FORMACIÓN DE ESTRATOS	61
2.4.	FASE DE ANÁLISIS.....	62
2.4.1	TABULACIÓN DE DATOS	62
2.4.2	ANÁLISIS UNIVARIADO	64
2.4.3	ANÁLISIS BIVARIADO.....	81
2.4.3.1	Análisis de Crosstab o tabla de contingencia	81
2.4.3.2	Anova	84
2.4.3.3	Correlaciones.....	87
2.4.3.4	Chi cuadrado.....	89
2.4.4	MODELO MULTIVARIANTE	93
3.	CAPÍTULO III ESTUDIO TÉCNICO	97
3.1.	COMUNICACIÓN	97
3.2.	FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN	98
3.2.1	PROCESO DE COMUNICACIÓN MUNICIPAL.....	98
3.2.2	PROCESO DE LA GESTIÓN DE OBRAS CIVILES.....	101
4.	CAPITULO IV PROPUESTA Y ESTRATEGIAS	105

4.1. ESTRATEGIAS.....	105
4.1.1 ESTRATEGIAS GENÉRICAS	106
4.1.1.1 Liderazgo en costos	106
4.1.1.2 Diferenciación	106
4.1.1.3 Enfoque	106
4.1.2 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	106
4.1.2.1 Precio.....	106
4.1.2.2 Precio calidad	107
4.1.2.3 Uso.....	107
4.1.2.4 Atributo	107
4.1.2.5 Competencia.....	107
4.1.3 POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	107
4.1.3.1 Líder	107
4.1.3.2 Retador	108
4.1.3.3 Seguidor.....	108
4.1.3.4 Especialista.....	108
4.1.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	109
4.1.5 COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	110
4.1.5.1 Comunicación interna.....	110
4.1.5.2 Comunicación externa.....	110
4.1.5.3 Comunicación participativa.....	111
4.2. MÉTODO GAP	112
4.2.1 FIJACIÓN DE OBJETIVOS.....	113
4.2.1.1 Objetivos de marketing comunicacional	113
4.2.1.2 Objetivos de la productividad.....	114
4.2.1.3 Objetivos de la innovación	115
4.2.1.4 Objetivos de los Recursos Humanos	116
4.2.1.5 Objetivos de la Responsabilidad Social	117
4.3. PROPUESTA.....	118
4.3.1.1 Antecedentes	118

4.3.2	OBJETIVOS	119
4.3.2.1	Objetivo General	119
4.3.2.2	Objetivo específico	119
4.3.3	NECESIDADES.....	119
4.3.3.1	Recursos Humanos	119
4.3.3.2	Recursos materiales	120
4.3.4	PROCESO DE COMUNICACIÓN	121
4.3.4.1	Comunicación bidireccional.....	121
4.3.4.2	Proceso de socialización.....	121
5.	CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	123
6.	REFERENCIAS	124
	BIBLIOGRAFÍA	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro resumen de teoría de la comunicación.....	29
Tabla 2 Cuadro resumen teoría de la gestión.....	29
Tabla 3 Cuadro resumen teoría del modelo multivariante.....	30
Tabla 4 Cuadro resumen de documentos referenciales.....	36
Tabla 5 Cuadro poblacional del cantón Patate.....	45
Tabla 6 Matriz de medida de escala aplicada a la encuesta.....	48
Tabla 7 Cuadro de la muestra poblacional.....	61
Tabla 8 ¿El GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en su sector en el último año?	64
Tabla 9 ¿En qué situación se encuentran el servicio básico? Recolección de Basura	65
Tabla 10 ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Alumbrado Publico	66
Tabla 11 ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Mantenimiento de vías	68
Tabla 12 ¿En su barrio que obra básica le hace falta?.....	69
Tabla 13 ¿Se ha contactado con el GAD de san Cristóbal de Patate para solicitar información en el último año?.....	71
Tabla 14 ¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?.....	72
Tabla 15 ¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?	73
Tabla 16 ¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?.....	75
Tabla 17 ¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?.....	76
Tabla 18 ¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?.....	77
Tabla 19 ¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?.....	79
Tabla 20 ¿Cuánto paga por impuestos predial al año?	80
Tabla 21 Tabla de contingencia I.....	82
Tabla 22 Tabla de contingencia II.....	83
Tabla 23 Cuadro Anova I.....	84
Tabla 24 Cuadro Anova II	86
Tabla 25 Cuadro de correlación I	87
Tabla 26 Cuadro de correlación II.....	88
Tabla 27 Cuadro Chi-cuadrado.....	90
Tabla 28 Cuadro Chi-cuadrado II.....	91
Tabla 29 Modelo multivariante.....	94
Tabla 30 Modelo multivariante-Anova	94
Tabla 31 Modelo multivariante-Coeficientes	94
Tabla 32 Cálculo de medias.....	95
Tabla 33 Proyección de pagos de impuestos falta de obras y escasa información.....	96

Tabla 34 Cuadro comparativo de componentes de la comunicación.....	111
Tabla 35 Cuadro de objetivos del marketing comunicacional	114
Tabla 36 Cuadro de objetivos de la productividad.....	115
Tabla 37 Cuadro de objetivos de la innovación.	116
Tabla 38 Cuadro de objetivos de los Recursos Humanos.	117
Tabla 39 Cuadro de objetivos de la Responsabilidad Social.	118
Tabla 40 Matriz de socialización.....	122
Tabla 41 Cuadro de conclusiones y recomendaciones.....	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama del GAD de Patate.....	25
Figura 2 Fase cualitativa	43
Figura 3 Diagrama de Ishikawa.....	44
Figura 4 Cobertura geográfica del cantón Patate.	51
Figura 5 Encuesta piloto	52
Figura 6 Modelo de encuesta final.....	59
Figura 7 Tabulación de datos en SPSS	63
Figura 8 Datos de la encuesta realizada.....	63
Figura 9 ¿El GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en su sector en el último año? .64	
Figura 10 ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?- Recolección de Basura.....	65
Figura 11 ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Alumbrado Publico	67
Figura 12 ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Mantenimiento de vías	68
Figura 13 ¿En su barrio que obra básica le hace falta?.....	70
Figura 14 ¿Se ha contactado con el GAD de san Cristóbal de Patate para solicitar información en el último año?.....	71
Figura 15 ¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?	72
Figura 16 ¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?....	74
Figura 17 ¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?.....	75
Figura 18 ¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?.....	76
Figura 19 ¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?.....	78
Figura 20 ¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?.....	79
Figura 21 ¿Cuánto paga por impuestos predial al año?	80
Figura 22 Contingencia I	82
Figura 23 Contingencia II.....	83
Figura 24 Anova I.....	85
Figura 25 Anova II	86
Figura 26 Correlación I	87
Figura 27 Correlación II.....	89
Figura 28 Chi cuadrado I.....	90
Figura 29 Chi-cuadrado II	92
Figura 30 Simbología Flujograma.....	98
Figura 31 Flujograma de la comunicación municipal.....	100
Figura 32 Flujograma de la gestión de obras civiles.....	103
Figura 33 Estrategias generales.....	105

Figura 34 Pasos del método GAP	113
Figura 35 Actividades de Recursos Humanos	120
Figura 36 Comunicación Bidireccional	121

ABSTRACT

The present investigation was carried out in order to demonstrate the communication that exists in the Autonomous Decentralized Government San Cristóbal de Patata and its inhabitants about the civil works that are carried out in this canton, the study was executed in the Province of Tungurahua, Patate Canton in the parishes of Sucre, El Triunfo, Los Andes and Patate the Matriz, as urban and rural area of the canton, so that this research is carried out the survey of information through a survey as a data collection tool, which are Processes In the SPSS program in which we searched for the relationship of our variables, with us we could demonstrate the quality of bidirectional communication, the lack of management of civil works of GADSP, finally refers to the strategies of communication marketing to solve the Disadvantages about information on civil works by the Autonomous Government Descentrali San Cris Patate trunk towards its population.

KEYWORDS:

- **INCIDENCE**
- **COMMUNICATION**
- **MANAGEMENT**
- **MULTIVARIAN MODEL**

1. CAPÍTULO I ANTECEDENTES

1.1. REFERENCIAS

Con el pasar de los años la comunicación ha ido evolucionando, esto hace que las personas tengan nuevas formas de intercambiar mensajes verbales como no verbales para la apertura de espacios referente a la socialización. La comunicación es un medio de transmisión de información ejerciendo así una influencia sobre las personas, esto contribuye a mantener una discusión social para mejorar el nivel de vida de la población.

Nuestra investigación se centra en el cantón Patate ubicado en la provincia de Tungurahua a 30 kilómetros de la ciudad de Ambato, cuenta con 6720 hombres y 6777 mujeres conformando un total de 13497 habitantes de acuerdo con el censo de población y vivienda realizada en el año 2010. (INEC, 2010)

Este sector se encuentra dentro de un valle interandino que le otorga un clima semi templado otorgándole una topografía ideal para el cultivo de huertos, viñedos y flores, gracias a su hidrografía posee lagunas, ríos y cascadas que hacen de este cantón un atractivo turístico para atraer a los turistas. (La Hora, 2011)

Actividad productiva

Los moradores de este sector se dedican principalmente a la actividad frutícola especialmente en la producción de mandarinas, uvas, aguacates, chirimoyas, tomate de árbol, babacos, limas y duraznos. Como segunda fuente de ingresos se dedican a la producción agrícola fundamentalmente a la siembra de maíz.

Otros atractivos

Patate está ubicado dentro de un valle interandino, en el cual se puede apreciar la variedad de flores, ríos y lagunas que son lugares ideales para atraer turistas, para los amantes de los deportes de extremos este sector es considerada como un espacio ideal para realizar motocross, parapente, rafting, entre otros deportes extremos.

Con lo que respecta a su gastronomía sus platos están llenos de cultura y tradición como la elaboración de arepas de zapallos y la chicha de uva siendo uno de los platos más aclamados por los turistas locales y extranjeros.

Referente cultural

Una de las tradiciones de los patateños es rendir tributo al Señor del Terremoto, debido a la erupción volcánica producida en el año 1999 afectando a la población y a la infraestructura física de este cantón por la caída de cenizas y lahares. (La Hora, 2011)

1.1.1 Justificación

La comunicación es el eje fundamental en la vida del ser humano, ya que a través de los gobiernos o GADS municipales se informa a la ciudadanía acerca de las obras civiles para que las mismas sean realizadas de la mejor manera y no afecten el desarrollo de las actividades de los moradores de este sector, el objetivo de las obras civiles es mejorar la calidad de vida de las personas, y esto se logra cuando las personas cuenta con los servicios básicos para poder vivir.

En la actualidad los pobladores no cuentan con información y ejecución de obras civiles, lo que se ha visto reflejado en el desarrollo y crecimiento del sector. La comunicación a la población en

especial a los dirigentes barriales, de cabildos y de las parroquias es muy limitada es por ello que el principal propósito de la investigación es medir la percepción de la comunidad sobre la gestión en las obras civiles y a través de esta definir cuáles son los problemas reales con los que cuenta la población para poder brindar propuestas que den soluciones a dichos problemas hallados, como la falta de obras que son agua potable, alumbrado público, alcantarillado en las tres parroquias tales como el Triunfo, los Andes y el Sucre.

1.1.2 Objetivos

1.1.2.1 Objetivo General

Medir la percepción de los habitantes de San Cristóbal de Patate por falta de comunicación y la insuficiencia de obras en obras civiles del período 2017.

1.1.2.2 Objetivos Específicos

- Diseñar el marco metodológico a seguir en la investigación, basándose en fuentes secundarias para establecer la incidencia de la comunicación y la falta de obras en el cantón Patate.
- Plantear el marco teórico, referencial y conceptual, mediante fuentes bibliográficas confiables que servirán de soporte para la investigación.
- Identificar los principales problemas de la comunicación en el cantón Patate.
- Desarrollar un modelo multivariante.

1.1.3 Giro del negocio

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal de Patate (GADM Patate), dentro de su giro de negocio tiene como principal función desarrollar proyectos para mejorar el nivel de vida de la población, proteger el medio ambiente, mediante los recursos de los habitantes para planificar e invertir en obras y servicios.

1.1.4 Direccionamiento estratégico

1.1.4.1 Misión

El (GADM Patate), tiene como objetivo principal establecer una forma de gobierno en la que prevalezca el dialogo, la negociación, el acuerdo y la participación de cada uno de los moradores con el fin de impulsar proyectos que proporcione servicios públicos de calidad y eficientes orientados a mejorar el estilo de vida de cada uno de los ciudadanos, todo esto a través del manejo adecuado de los recursos disponibles. (GADM Patate, 2016)

1.1.4.2 Propuesta por autores.

Fomentar el desarrollo integral del cantón, con un gobierno oyente que dé prioridad al diálogo, a la participación y a la democracia de la ciudadanía orientada al desarrollo que impulse grandes proyectos y que proporcione servicios públicos de calidad para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes.

1.1.4.3 Visión

La visión por parte del (GADM Patate) es ser un municipio sustentable, limpio y ordenado que cuente con servicios públicos de calidad, con seguridad pública y eficiencia administrativa; con

ciudadanos capacitados para el trabajo productivo, participes en las tareas de desarrollo integral, defensores de su identidad y de su patrimonio natural y cultural que estén comprometidos con el gobierno central en la democracia política, económica y social. (GADM Patate, 2016)

1.1.4.4 Propuesta por autores.

Para el 2022 ser el líder local del país en brindar obras y servicios, para lograr el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, a través de la eficiencia administrativa para el trabajo productivo, el uso de tecnología de información y el impulso de la actividad turística.

1.1.5 Objetivos

1.1.5.1 Corto Plazo

- a. Según el GADM Patate (2016) es promover el bienestar social de la colectividad y contribuir a la protección de los intereses locales, provinciales y nacionales (GADM Patate, 2016)
- b. Según el GADM Patate (2016) es coordinar, planificar e impulsar el desarrollo del Cantón. (GADM Patate, 2016)
- c. Según el GADM Patate (2016) es mejorar y ampliar la cobertura de servicios. (GADM Patate, 2016)

1.1.5.2 Mediano Plazo

- d. Según el GADM Patate (2016), es coordinar con otras entidades, promover el desarrollo y mejoramiento de la cultura y educación. (GADM Patate, 2016)

- e. Según el GADM Patate (2016), es promocionar y promover reuniones permanentes para solucionar problemas municipales, mediante eventos participativos internos y / o con la comunidad. (GADM Patate, 2016)

1.1.5.3 Largo Plazo

- f. Según el GADM Patate (2016), es investigar, analizar y recomendar las soluciones más adecuadas a los problemas que enfrenta el municipio. (GADM Patate, 2016)
- g. Según el GADM Patate (2016), es concientizar a los moradores que son dueños de la obras y que deben contribuir para mantenerlas y conservarlas en buen estado, motivo por el cual se les hará entrega formal de la infraestructura. (GADM Patate, 2016)

1.1.6 Valores

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal de Patate es una institución que se guía mediante la responsabilidad social, para brindar ayuda a toda la ciudadanía Patateña.

1.1.7 Principios

Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), actúa en base a los siguientes principios:

- Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), Honradez (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), Responsabilidad Social (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), Participación Ciudadana. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), Pluralismo (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)

- Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), Inclusión. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), Equidad. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), Justicia (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), Respeto (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)

1.1.8 Políticas del GAD Municipal de San Cristóbal de Patate.

- a) Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), pleno respeto a la Institucionalidad, a las leyes y reglamentos. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- b) Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), preeminencia de las necesidades ciudadanas. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- c) Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), garantizar la transparencia en la gestión institucional, con evaluación y rendición de cuentas frecuentes. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- d) Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), asegurar la prestación de servicios públicos de calidad, oportunos y completos. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- e) Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), uso eficiente de los recursos institucionales. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- f) Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), priorización en el uso de los recursos en inversión y gasto social. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)
- g) Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), desarrollo de operaciones institucionales con cobertura cantonal. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)

h) Según la Alcaldía del Gobierno Autónomo (2018), equilibrio en la distribución de los fondos institucionales para la obra pública. (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)

1.1.9 Organigrama

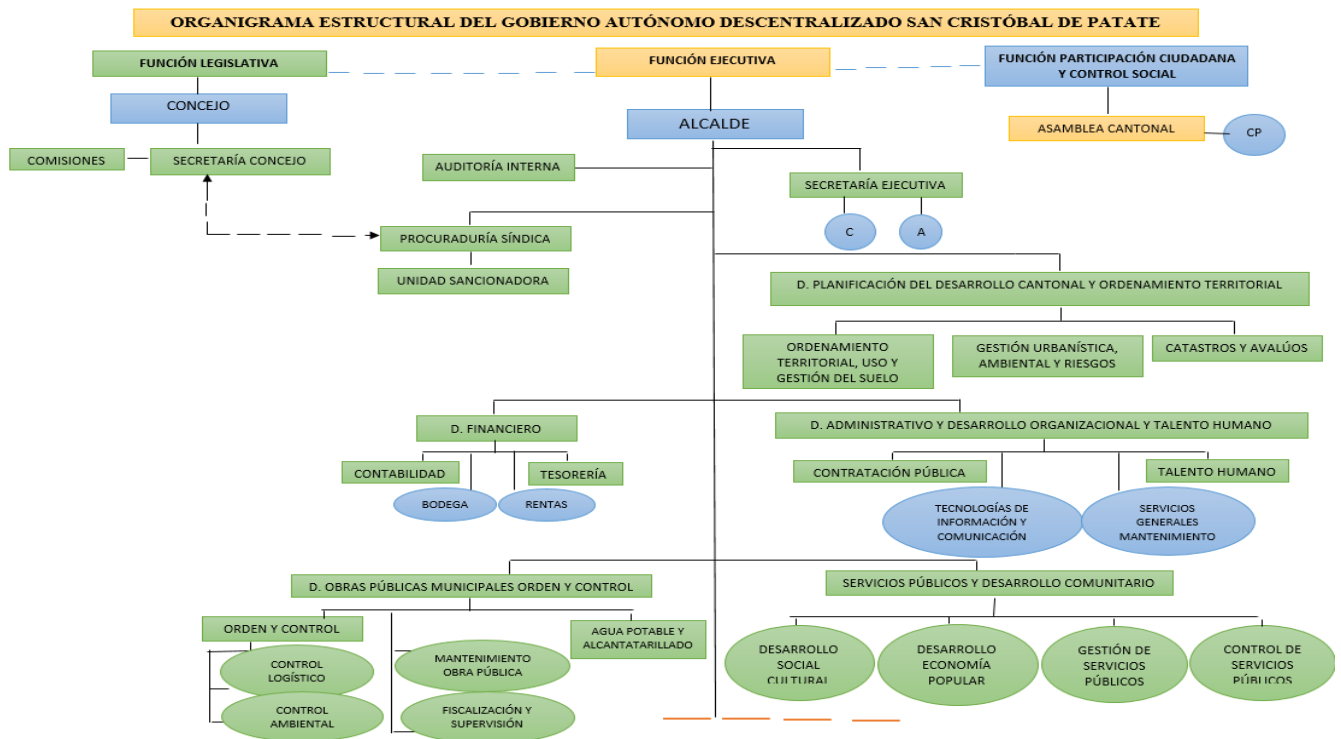


Figura 1 Organigrama del GAD de Patate.

Fuente: (Alcaldía del Gobierno Autónomo, 2018)

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1 Teoría comunicación

Teoría de Comunicación bidireccional según Schram (1954), menciona que la comunicación es un proceso determinado por compartir, es decir, por establecer relaciones entre personas que tengan en común tres componentes como mínimo, tales componentes son: la fuente (persona,

medio.), el mensaje (verbal o no verbal; diferentes formas de expresión) y el destino (la persona que escucha o recibe el mensaje). (Schramm, 1954)

Este proceso de comunicación tiene ciertas cualidades, en el cual menciona que el proceso de comunicar no se trata de un solo mensaje, sino de varios mensajes que son emitidos por códigos verbales y no verbales.

Esta teoría se basa en la multiplicidad de mensajes en donde el receptor elige los que menor esfuerzo le ocasione para percibir su significado, los que más le atraen, los que cubran sus necesidades de personalidad y los que cumplan las normas y valores de su grupo social.

Los medios de comunicación de masas son un receptor de sucesos, la fuente recibe entradas que son el resultado de distinta información. Responsabilizándose de decodificar, interpretar y codificar estos eventos para así comunicarlos a manera de noticia a un público masivo a través de los diferentes medios de comunicación.

Una de las principales características de todo proceso de comunicación es la bidireccionalidad. Es decir, que los mensajes fluyan desde la fuente hacia el receptor y viceversa. Toda organización ha de establecer los canales necesarios no sólo para hacer llegar sus mensajes a los públicos, sino también para permitir que estos públicos se manifiesten y puedan realimentarlas dándoles a conocer su opinión y su sentir. Los canales de comunicación (ascendentes y descendentes) han de permitir la emisión y recepción de mensajes en ambos sentidos. (Villanueva, dianet, 2015)

Una de las cualidades de la comunicación bidireccional es que se debe aprender a escuchar y no oír, si en realidad queremos comunicarnos pero sobre todo debe existir una comprensión del

mensaje, es decir que el receptor debe estar atento al mensaje que le están dando al igual que el emisor.

1.2.2 Teoría de gestión

Según Isabel María García Sánchez (2007) la nueva gestión pública persigue la creación de una administración eficiente y eficaz, es decir, una administración que satisfaga las necesidades reales de los ciudadanos al menor coste posible, favoreciendo para ello la introducción de mecanismos de competencia que permitan la elección de los usuarios y a su vez promuevan el desarrollo de servicios de mayor calidad. Todo ello rodeado de sistemas de control que otorguen una plena transparencia de los procesos, planes y resultados, para que, por un lado, perfeccionen el sistema de elección, y, por otro, favorezcan la participación ciudadana. El presente trabajo tiene como objetivo sintetizar las diversas actuaciones y reformas llevadas a cabo en el sector público en el ámbito internacional. Previamente se analizarán las principales teorías que sustentan este paradigma emergente, lo que permitirá entender la razón de cada una de las políticas o cambios que han tenido, tienen o tendrán lugar en las administraciones. (Sánchez García, 2007)

Según Benito León Corona (2007), menciona que hablar de gestión pública es referirse, al papel que tienen las instituciones y organismos gubernamentales en el crecimiento y desarrollo de un país. Esto radica en la administración de los recursos humanos, naturales y monetarios que un cantón dispone para transformar su administración, es fundamental que las instituciones sepan manejar estos recursos porque son la base para el desarrollo local, un cantón no es rico solo por su variedad de flora y fauna si no que debe de ser gestionado adecuadamente . (León Corona, , 2007)

1.2.3 Teoría del modelo multivariante

Según Hair, Joseph, menciona que, su contenido se refiere a la preparación para el análisis multivariante, análisis previo de los datos, análisis factorial, técnicas de dependencia, análisis de regresión múltiple, validación avanzada en el análisis de regresión múltiple, análisis de discriminante múltiple y regresión logística, análisis multivariante de la varianza, análisis conjunto, análisis de correlación canónica, técnicas de interdependencia, análisis clúster, análisis multidimensional, técnicas avanzadas emergentes, modelos de ecuaciones estructurales, una representación matemática en notación LISREL, medidas conjuntas de calidad del ajuste para modelos de ecuaciones estructurales y nuevas técnicas del análisis multivariante. (Hair J. , 1999)

Según Cesar Pérez (2004), el análisis estadístico de datos incluye un conjunto de métodos y técnicas univariantes y multivariantes que permiten estudiar y tratar en bloque una o varias variables medidas u observadas en una colección de individuos. (Perez, 2004)

Existe la posibilidad de que estas variables sean sólo cuantitativas, sólo cualitativas, o simultáneamente de ambos tipos. Un tratamiento tan completo, unido a la diversidad de enfoques teóricos y prácticos que puede darse a un estudio multidimensional, explica la dificultad matemática de un proceso que, por fuerza, ha de apoyarse en el cálculo matricial y en técnicas no básicas. Es ésta la razón por la cual, hasta época muy reciente, no ha comenzado a difundirse su aplicación con la frecuencia necesaria para que la investigación científica se beneficie del empleo de técnicas tan avanzadas.

Cuadro resumen

Tabla 1*Cuadro resumen de teoría de la comunicación.*

Teoría de Comunicación	
Schramm (1954)	Villanueva (2015)
La comunicación es un proceso determinado por compartir, es decir, por establecer relaciones entre personas que tengan en común tres componentes (emisor, mensaje, receptor) como mínimo.	Los mensajes fluyan desde la fuente hacia el receptor y viceversa. Deben llegar con sus mensajes al público y también permitir que los públicos se manifiesten.

Análisis

La teoría de la comunicación es un proceso determinado para compartir información con varias personas que acompañan un interés en común; donde exista una relación entre los que comunican y los que reciben la información para transmitir el mensaje, generando así un vínculo con los que se genere aporte a la sociedad, en el caso del cantón Patate no cuentan con la socialización de las obras. Tampoco existe una actualización y correcto uso de los sitio web oficiales, fan page y redes sociales.

Tabla 2*Cuadro resumen teoría de la gestión.*

Teoría de la Gestión	
Isabel María García Sánchez (2007)	Benito León Corona (2007)
Persigue la creación de una administración eficiente y eficaz, una administración que satisfaga las necesidades reales de los ciudadanos al menor coste posible.	Es la forma en la cual, instituciones tanto como organismos de gobierno forman parte de la vida social dentro de un país.

Análisis

El modelo de gestión persigue la creación de una administración eficiente y eficaz, una administración que satisfaga las necesidades reales de los ciudadanos al menor coste posible,

subiendo el nivel de vida de los ciudadanos, como también promoviendo el desarrollo de los servicios de mayor calidad siempre y cuando existan sistemas de control que promuevan la transparencia del o los procesos, en el caso del cantón Patate no se logra evidenciar una gestión eficiente y eficaz, esto se ve reflejado en problemáticas como que algunas parroquias, barrios y caseríos no cuentan con los servicios básicos.

Tabla 3

Cuadro resumen teoría del modelo multivariante.

Teoría Modelo Multivariante	
Hair, Joseph (1999)	Cesar Pérez (2004)
Trabaja con medidas conjuntas basándose en la calidad del ajuste, aplicados a lo que se refiere modelos de ecuaciones, para obtener nuevas técnicas de análisis multivariante.	Incluye un conjunto de métodos y técnicas univariantes y multivariantes que permiten estudiar y tratar en bloque una o varias variables medidas u observadas en una colección de individuos.

Análisis

La teoría del modelo multivariante, se refiere a la preparación para el análisis multivariante, es decir, análisis previo de los datos, entre otros para mejorar las medidas conjuntas de calidad.

1.3. MARCO REFERENCIAL

Para el desarrollo del tema de investigación se tomó en consideración algunos estudios previos realizados en Ecuador, como también de autores de países como México, Chile, y Colombia, con lo cual se fundamentará el contenido como los diferentes criterios entre autores, para el desarrollo de la investigación.

1.3.1 Comunicar para la cercanía: análisis

Según Grijalva & Palazuelos (2016) en su artículo comunicar para la cercanía: la tarea de los gobiernos municipales en materia de comunicación política es compleja, se necesitan mecanismos

profesionales y académicos con sustento científico a fin de generar mensajes efectivos para todos los actores sociales y poder así construir una comunicación de la cercanía. (Grijalva & Palazuelos , 2016)

En si se debe tener en cuenta que la comunicación es algo fundamental que se debe manejar en toda organización, y aún más se debe tomar en cuenta en lo que son entidades del estado ya que el objetivo principal es que la población tenga conocimiento de todo lo que está sucediendo a su alrededor.

“Actualmente los gobiernos municipales (GM), a diferencia de años atrás, están obligados a propiciar líneas de trabajo que permitan transparentar sus funciones” (Grijalva & Palazuelos , 2016)

Si bien es cierto estas medidas se han tomado debido a los casos de corrupción que se han dado en el país, haciendo hincapié en este tramo del texto es importante mencionar que por el mal manejo de los fondos del pueblo se tomen medidas preventivas y que sea más transparente.

Mucho se ha dicho que comunicar no es sólo transmitir información, es establecer códigos claros interpretables producidos por todos los actores que participan en el proceso. Es ese mecanismo que vincula con el otro lo que genera cercanía entre gobierno y gobernados. (Grijalva & Palazuelos , 2016, pág. 6)

Todo funcionario, principalmente los que realizan una buena gestión, buscan progresar en su carrera política, en tanto se requiere un portavoz que instale los temas, las acciones, de ese modo los atributos positivos del funcionario y de la gestión actuarán en forma sinérgica. (Grijalva & Palazuelos , 2016, pág. 6)

Si bien es cierto para progresar políticamente se debe realizar su trabajo con mucha ética profesional ya que los fondos destinados a lo que son obras civiles salen del bolsillo del pueblo, es por ello que realizar obras en bien de la sociedad es su trabajo y su deber, entonces ahí el funcionario crece profesionalmente.

“Hay diversas formas en que los gobiernos municipales pueden implementar una comunicación de proximidad efectiva: el uso de medios locales o la ejecución de nuevas narrativas audiovisuales como las redes sociales” (Grijalva & Palazuelos , 2016, pág. 17)

En la actualidad es muy común usar las redes sociales para informar y tener una mejor comunicación, que en este caso es entre la población y los gobiernos municipales ya que gracias al avance de la tecnología la información puede llegar a más lugares de manera oportuna y clara.

Comunicación municipal, un aporte a la democracia.

La comunicación municipal es un tema emergente. Sin embargo, existen muchos distritos o comunas urbanas donde el tema aún “no prende”, seguramente porque viven una realidad de gobernabilidad y administración local tradicional. Este artículo analiza cómo avanzar hacia una nueva política municipal con miras a democratizar la gestión de los gobiernos locales y así lograr el desarrollo humano e integral en la comuna a través de la comunicación. (Ossandon, 2018)

Si bien es cierto los municipios o entidades gubernamentales deben estar informando a la población sobre los proyectos ejecutados, los que se están ejecutando y que se ejecutarán, es algo factible que esta comunicación funcione de la mejor manera con la colaboración de las dos partes para obtener desarrollo de la comunidad.

Según Ossandon (2018). “La comunicación municipal se refiere a la existencia, calidad e intensidad de un vínculo o relación de intercambio de mensajes entre la institución municipal y la comunidad que habita, transita y ocupa el territorio comunal” (Ossandon, 2018)

Es importante socializar entre las dos partes el manejo de la información, para que los canales de comunicación funcionen de mejor manera y lograr que los habitantes con los gobiernos autónomos descentralizados expresen su sentir ante las problemáticas que se presenten a lo largo de esta gestión, todo esto con el buen manejo de la comunicación.

El vínculo de la comunicación entre el municipio y los ciudadanos se concreta en la atención al público, la información y la señalética de los edificios, los medios de comunicación internos y externos, las campañas municipales, las audiencias y las visitas a terreno, los diagnósticos participativos y consultas a los vecinos sobre prioridades de inversión, la difusión de los programas sociales y de los servicios municipales, el apoyo a las actividades culturales, entre otros. (Ossandon, 2018)

1.3.2 Gestión pública y responsabilidad social empresarial en Chile.

Los procesos de gestión pública en Chile han estado direccionados hacia el desarrollo y la cooperación de los recursos cuya visión ha sido el progreso y el desarrollo del país, gracias al impulso de la globalización, hay que denotar que gracias a la globalización la comunicación se volvió más fácil llegando a tener un alcance mayor, con esto ahora se puede pensar en buscar el desarrollo, crecimiento y progreso de la sociedad. (Díaz & Cendales, 2012, pág. 3)

Hoy en día se requieren gobiernos que están conectados con los avances tecnológicos para fomentar la comunicación, cooperación y ayuda por parte de otros países. Los gobiernos deben

estar actualizados y contar con tecnología de punta para llegar hasta los lugares más alejados y poder difundir mensajes que estén relacionados al bienestar de la población, siempre y cuando no exista un mal uso de esta tecnología, respetando y haciendo respetar las leyes, los derechos humanos y la soberanía sin dejarse manipular por los gobernantes.

1.3.3 Incidencia en el desarrollo local (México)

Según Pineda Téllez & Mendoza menciona que uno de los problemas principales dentro de las administraciones gubernamentales y municipales es el presupuesto, es decir, que se tiene la idea que mientras más presupuesto es asignado mejor es el desempeño, lo cual es un error ya que hasta la actualidad no se ha logrado resolver la problemática en cuanto a los recursos financieros, es por ello que es necesario de la implementación de voluntades políticas, habilidades (Pineda Téllez & Mendoza, , 2009)

Es verdad que los gobernantes municipales cuentan con un presupuesto para realizar obras que vayan en bien de la comunidad pero uno de los principales problemas es que dichos fondos y recursos son mal invertidos en otras obras que no tienen mucha relevancia, es por ello que se debe manejar de mejor manera el presupuesto público y que estos procesos sean de una manera transparente en la cual la comunidad pueda ser partícipe en la toma de decisiones.

Según Pineda Téllez & Mendoza (2009) menciona que dentro del ámbito municipal, los servicios públicos se encuentran vinculados con el desarrollo social, como también con la prestación eficaz y sobre todo eficiente de estos servicios, están orientados a una perspectiva hacia el futuro donde la población de una determinada región es su principal objetivo. (Pineda Téllez & Mendoza, 2009)

Un gobierno local con perspectiva de desarrollo se fundamenta en atender los requerimientos fundamentales de una población, desarrollando planes a mediano y largo plazo que sean viables. (Pineda Téllez & Mendoza, , 2009)

1.3.4 Modernización de la Gestión Pública en el Primer Tiempo:

La modernización de la gestión pública establece un proceso para mejorar las acciones del gobierno que respondan a satisfacer las expectativas y necesidades de la ciudadanía. Esto conlleva a utilizar herramientas transparentes y eficientes para mejorar la provisión de bienes y servicios. (Pliscoff, 2008)

De cierta manera es algo muy positivo la modernización en lo que es la gestión pública seguida de la tecnología ya que ayudan a la población a tener seguridad, fiabilidad en sus gobernantes.

La presión que ejerce la población es algo positivo ya que de esta manera se busca que las entidades de las organización tomen más importancia, en el artículo menciona la presión desde adentro, pero cabe recalcar que para que exista esa presión debe haber una presión externa que en este caso es la población debido a que de esta manera las autoridades tomen las respectivas medidas, esto de cierta manera obliga a estas entidades a contar con personal que sea capaz de responder con resultados.

Tabla 4*Cuadro resumen de documentos referenciales.*

AUTOR/ PAÍS	TEMA	DEFINICIÓN COMUNICACIÓN	CRITERIO
Grijalva Palazuelos Mexico	& / Comunicar para la cercanía: análisis de la comunicación política de un municipio mexicano	En el artículo hace referencia a la comunicación que se debe manejar dentro de lo que son los gobiernos municipales, ya que se deben preocupar por temas de relevancia como es el caso de transparentar sus planes de trabajo, sobre todo el correcto manejo de la comunicación incluyendo las redes sociales.	El manejo de la comunicación es importante dentro de toda organización, más aun dentro de los municipios por que se trabaja en bienestar de la población, y usar la tecnología para informar es una idea muy acertada, lo que no ocurre en el Municipio de Patate, ya que no contratan personal para comunicar, socializar las obras del cantón.
Ossandon/ Ecuador	Comunicación municipal, un aporte a la democracia.	La comunicación es importante pero al parecer en algunos sectores esto todavía no se lo ve reflejado y más cuando se nota que la población no tiene claro pues es el rol que ellos como población desempeñan, hay que ser conscientes que en la comunicación municipal se debe socializar temas de interés entre población y municipio para tomar decisiones en bien de la gente.	La comunicación bidireccional en municipios es importante ya que en algunos sectores del cantón Patate se evidencia el escaso conocimiento y socialización de planes o proyectos en bien de la población.

CONTINÚA



 Gestión

<p>Pliscoff /Colombia</p> <p>Modernización de la Gestión Pública en el Primer Tiempo: Avances y retrocesos</p>	<p>Este artículo trata sobre como la presión desde adentro de una organización pública puede ayudar para el desarrollo, empezando por la comunicación, esto quiere decir que cuando la población ya es más consciente de lo que necesita empieza a usar la presión a las entidades públicas para que los tomen en cuenta, es decir que esto presiona dichas entidades para que trabajen en bien de la sociedad, esto influye en que para dar resultados positivos primero se debe tener personal capacitado dentro de estas entidades publicas</p>	<p>La presión por parte de la población resulta una idea acertada, ya que obliga a las entidades municipales a trabajar en obras enfocadas en lo que son servicios básicos, para de esta manera mejorar la calidad de vida de la población.</p> <p>La creación de ordenanzas municipales que afectan el trabajo de la población</p>
---	--	---

 Incidencia

<p>Téllez Mendoza Mexico</p> <p>& Incidencia en el desarrollo local.</p>	<p>El presente artículo hace referencia a un tema que es de vital importancia para toda organización y es la asignación del presupuesto, cabe resaltar que en algunos de los municipios tienen mucho más necesidades que otras, pero por eso no dejan de tener su grado de importancia, el problema está en que ese presupuesto</p>	<p>Se acuerda que toda organización cuenta con una asignación presupuestaria destinada al desarrollo, la incidencia del presupuesto determina que si no hay un presupuesto adecuado influye en la falta de obras como también en la falta de comunicación con la población. Mismo que no sucede en el cantón Patate por la falta de presupuesto para los barrios, parroquias y caseríos tales como Patate Matriz, el</p>
---	---	--

CONTINÚA 

no es bien administrado y se genera una problemática aún más grande, por lo tanto se establece una estrecha relación entre lo que es municipios, política y desarrollo. triunfo, el Sucre, San Jorge, San Javier, Puñapi, Galpón, La Esperanza, Leitillo.

Análisis

Una similitud entre los criterios de los autores es sin duda el buen manejo de la comunicación, sobre todo lo que es la globalización y el uso de la tecnología para poder llegar a más personas, el punto clave es que se debe tomar en cuenta las partes que intervienen en el proceso de comunicar para poder brindar el mensaje que se desea.

Otro de los puntos más relevantes de entre los criterios de los autores es que la buena comunicación si influye mucho en lo que es el crecimiento el desarrollo de los sectores, es decir que mientras más se socialice los proyectos o planes que se pretende realizar con la población se van a obtener mejores resultados ya que ellos al tener necesidades se dan cuenta que es lo que realmente les hace falta.

Como último punto e igual de importante es que se debe tener ética profesional al momento de manejar fondos públicos y sobre todo saber administrar esto con responsabilidad y transparencia.

1.4. MARCO CONCEPTUAL

Se realiza una explicación de los términos más relevantes que se van a usar para el desarrollo de la investigación y que de esta manera se facilite la comprensión para el lector, entre los cuales tenemos los siguientes términos:

1.4.1 Incidencia

La palabra “incidencia” proviene del latín *incidentia* y significa acción, el cual es empleado para determinar una influencia en un evento determinado. (Etimologías, 2016)

Según el autor Pineda Téllez & Mendoza (2009) se entiende por incidencia a la capacidad que tiene una población organizada para participar, influir, como también a modificar, o a su vez frenar la toma de decisiones del gobierno con respecto a realizar acciones estratégicas que tienden a solucionar los problemas públicos de la sociedad (Pineda Téllez & Mendoza, 2009)

La definición de incidencia es aquel proceso con el cual podemos relacionar a la población y a la problemática que cierta población tenga, con el fin de concentrar propuestas y opiniones para resolver dicha problemática tomando en cuenta cual es el grado de relación entre la población y la problemática.

1.4.2 Comunicación

Comunicación proviene del verbo comunicar del latín “*communicare*” que tiene como referentes compartir información, impartir, difundir y *communis* que significa común, de ahí proviene que comunicar es transmitir ya sea ideas o pensamientos que sean en común con otros. (Etimologías, 2016)

Según Fonseca, (2011) Comunicar es intercambiar información de nosotros mismo que nos permite ponernos en contacto con los demás (Fonseca, Comunicación Oral y Escrita, 2011)

La comunicación es usada fundamentalmente como medio para, facilitar los procesos, captación de mensajes, armonizar ideas, argumentos, puntos de vista, De tal manera es un medio de suma importancia para el intercambio emocional verbal y no verbal (Calle Pesántez, 2016).

La comunicación es la acción por la cual se puede difundir un mensaje, existen dos partes involucradas que son esenciales: el que emite el mensaje como el que recibe el mensaje que a su vez puede seguir siendo difundido en su entorno.

1.4.3 Gestión

La palabra gestión proviene del latín gestio, gestionis, que tiene como su significado (hecho, concluido) que sea realizado bajo su propia voluntad. De donde proviene la palabra gestor que hace referencia a una persona que busca alcanzar una meta bajo su propia voluntad. (Etimologías, 2016)

Para Huergo (2003) Gestionar es el la capacidad de administrar los recursos naturales, humanos y económicos de una determinada región para hacer frente a las dificultades y posibles acontecimientos que puedan presentarse. (Huergo , 2003)

Según Loyola & Sprecher“ Gestionar implica realizar las acciones que debemos llevar acabo para resolver nuestros problemas, satisfacer necesidades que nos hemos propuestos para manejar un situación. ” (Loyola & Von Sprecher, 2007)

1.4.4 Ejecución

La palabra ejecución proviene del verbo ejecutar del latín medieval “executare” cuyo significado es completar y cumplir con un acto o acción hasta el final. (Definiciona, 2018)

Para Egg ejecución es el “Proceso en el cual se lleva a cabo una actividad para alcanzar los objetivos propuestos” (Egg, e Blogger, 2013)

1.4.5 Obra

La palabra obra viene del latín “opera” que significa trabajo, cuyo significado es oficio o a su vez cooperar. (Etimología, 2016)

Haciendo referencia en cuanto a lo que es una obra civil, se toma en consideración algunos aspectos importantes, entre lo más desatacadado es que una obra civil es producida por el ser humano para ayudar al ser humano mismo, es decir que le sirva de beneficio ya sea para un sector o para determinada población.

1.4.6 Análisis multivariante

La palabra análisis viene del griego con el prefijo (ana = arriba, enteramente) y. A su vez viene del verbo (lyein = soltar, disolver o descomponer) y el sufijo (sis = acción) (Etimología, 2016)

Según el autor Figueras “El Análisis Multivariante es el conjunto de métodos estadísticos cuya finalidad es analizar simultáneamente conjuntos de datos multivariantes en el sentido de que hay varias variables medidas para cada individuo ú objeto estudiado” (Figueras, 2000)

Según el autor Joan J.Sancho “Son todas aquellas técnicas estadísticas que simultáneamente analizan múltiples resultados en los individuos u objetos bajo investigación.” (Sancho, s.f., pág.

2) Cabe mencionar que para que el análisis se lo pueda realizar las variables a utilizarse deben ser aleatorias y deben tener relación entre ellas.

1.4.7 Población

La palabra población proviene del verbo poblar que viene del latín “populus” cuyo significado es conjunto de todos los ciudadanos varones, posteriormente se define población que adquiere un nuevo significado que es conjunto de personas que habitan en un determinado lugar. (Etimología, 2016)

Haciendo referencia al significado de la palabra población se define como un grupo de personas ya sean hombre o mujeres que se encuentran habitando en un determinado lugar que es también conocido como territorio.

1.4.8 Sociedad

La palabra sociedad viene del latín “societas” que significa ‘compañía’ y ésta del latín “socius” que significa ‘compañero’.

La sociedad es definida por un grupo de personas que se relacionan unas con otras, las cuales poseen una cultura y ciertos criterios que son compartidos, estos grupos conformados por seres humanos habitan en un territorio.

1.4.9 Socialización

La palabra socialización está formada con raíces latinas “socius” que tiene como significado compañero, la otra raíz es “izare” que es la acción, que el significado de acción y efecto de convertir en comunitario. (Etimología, 2016)

Socialización es conocido también como un proceso mediante el cual los seres humanos se comunican y por ende aprenden a interactuar como también relacionarse con otros seres humanos, que a su vez pueden compartir temas de interés mutuo.

2. CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO

2.1. FASE CUALITATIVA

Se analizará distintos aspectos de la investigación para determinar la causa del problema de estudio.

2.1.1 Problema objeto de estudio

Problema	Falta de comunicación y obras en el cantón Patate
Población (N)	Sectores urbano y rural del cantón Patate.
Muestra(n)	Barrios del cantón Patate.
Marco Muestral (mm)	Listado de barrios del cantón Patate.
Unidad Muestral (um)	Población del sector Patate Matriz.
Unidad de análisis (ua)	Encuesta / Observación.
Unidad de observación (uo)	Pobladores de las calles, Av. Ambato, Av. Hilario Torres, Av. Juan Montalvo

Figura 2 Fase cualitativa

2.1.2 Necesidad

Conocer el porqué de la falta de comunicación por parte del GAD de Patate para ejecutar las obras civiles.

2.1.3 Propósito

Determinar la situación real que enfrentan los pobladores del GAD San Cristóbal de Patate ante la falta de comunicación para ejecución de obras civiles.

2.1.4 Definición del Problema

Siendo el punto de partida de nuestra investigación para identificar cuáles son sus componentes del problema hemos realizado un diagrama de causa- efecto en donde se determina los factores de la falta de comunicación y gestión de obras por parte del GAD San Cristóbal de Patate.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA

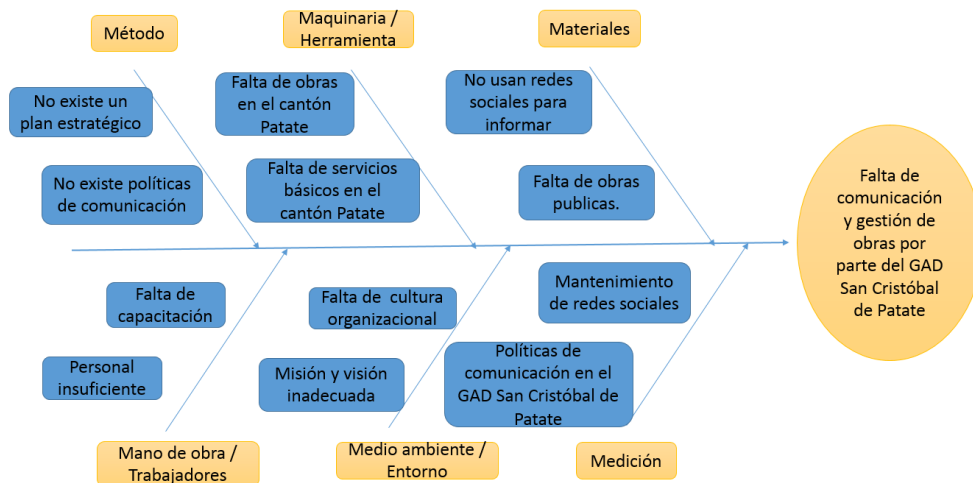


Figura 3 Diagrama de Ishikawa

Tabla 5
Cuadro poblacional del cantón Patate

	Hombre	Mujer	Total
EL TRIUNFO	810	773	1.583
LOS ANDES	697	694	1.391
PATATE	4.068	4.086	8.154
SUCRE	1.145	1.224	2.369
Total	6.720	6.777	13.497

2.1.5 Objetivos

2.1.5.1 Objetivo general

Medir la percepción de los habitantes de San Cristóbal de Patate por falta de comunicación y la insuficiencia de obras en obras civiles del período 2017.

2.1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar cuál o cuáles son las obras básicas que hacen falta en el cantón Patate.
- Determinar si el GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en el cantón.
- Identificar el grado de satisfacción de la información que brinda el GAD San Cristóbal de Patate.
- Identificar cuáles son los canales de comunicación que usa el GAD san Cristóbal de Patate.

2.1.6 Hipótesis

H0.- La falta de comunicación del GAD de San Cristóbal de Patate incide en malestar en la población de patateños.

H1.-La falta de comunicación del GAD de San Cristóbal de Patate no incide en la población de patateños.

2.1.7 Ética del investigador

La información y los datos que se obtengan en la investigación de mercados serán presentados con datos reales y esto servirá de sustento esencial para la verificación de los resultados siendo de uso netamente académico.

2.2. FASE METODOLÓGICA

Los tipos de investigación son medios que permite llegar al objeto de estudio aplicando el método que se utilizara en la investigación.

2.2.1 Investigación Descriptiva

De acuerdo a (Sanchez, 2018), menciona que el método descriptivo es uno de los métodos cualitativos que se usan en investigaciones que tienen como objetivo la evaluación de algunas características de una población o situación en particular.

2.2.2 Fuentes de información

Para nuestro proyecto de investigación utilizaremos fuentes de información de tipo mixto las que están conformadas por fuentes primarias y secundarias.

- **Primaria:** para nuestro proyecto de investigación hemos utilizado la encuesta como herramienta para la recolección de datos.
- **Secundaria:** esta fuente nos permite realizar un análisis estadístico donde empleamos datos actuales de los diferentes habitantes del cantón.

Con la ayuda del tipo de información mixta nos basamos para recolectar información verídica y confiable.

2.2.3 Técnica de Muestreo

El muestreo es aleatorio estratificado: La presente investigación está dirigida a los pobladores del cantón Patate.

Variables de Estudio

- Variable Independiente: Falta comunicación y gestión del GAD de Patate.
- Variable Dependiente: ejecución de obras civiles.

2.2.3.1 Elementos y unidades muestrales

En la presente investigación se tomara en cuenta el número de elementos de la población del cantón Patate, sabiendo que la unidad muestral son los habitantes.

2.2.4 Diseño de la Encuesta

El diseño de la encuesta nos ayuda a formular una serie de preguntas mismas que deben enfocarse a un objetivo. Las preguntas deben ser de fácil comprensión para los encuestados, con lo cual podremos obtener datos confiables para posteriormente analizar. Estas encuestas se realizarán a los habitantes del cantón Patate, a continuación se elaborará la matriz de preguntas.

2.2.5 Matriz de medidas de escala

Tabla 6*Matriz de medida de escala aplicada a la encuesta.*

No.	PREGUNTAS	ALTERNATIVA DE RESPUESTA	MEDIDAS DE ESCALA	OBJETIVOS
1	¿El GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en su sector en el último año?	-Si -No	Ordinal	Determinar si el GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en el cantón.
2	¿En qué situación se encuentran el servicio básico? - Recolección de Basura	-Excelente -Muy bueno -Bueno -Indiferente -Malo	Ordinal	Determinar el estado de los servicios públicos en el cantón Patate.
3	¿En qué situación se encuentran el servicio básico? -Alumbrado Publico	-Excelente -Muy bueno -Bueno -Indiferente -Malo	Ordinal	Determinar el estado de los servicios públicos en el cantón Patate.
4	¿En qué situación se encuentran el servicio básico? -Mantenimiento de vías	-Excelente -Muy bueno -Bueno -Indiferente -Malo	Ordinal	Determinar el estado de los servicios públicos en el cantón Patate.
5	¿En su barrio que obra básica le hace falta?	Agua Alumbrado publico Alcantarillado Adoquinado Asfalto Todas las anteriores	Nominal	Identificar cuál o cuáles son las obras básicas que hacen falta en el sector.
6	¿Se ha contactado con el GAD de san Cristóbal de Patate para solicitar información en el último año?	-Una vez -Dos veces -Entre 3 y 5 veces -Más de 5 veces	Ordinal	Identificar con qué frecuencia los pobladores ha buscado información en el GAD San Cristóbal de Patate.
7	¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?	-Excelente -Muy bueno -Bueno -Indiferente -Malo	Intervalo	Identificar el grado de satisfacción de la información que brinda el GAD San Cristóbal de Patate.

8

CONTINÚA 

	¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?	-Trabajos de mantenimiento en las calles -Cortes de agua o luz eléctrica. -Cierre de vías -Otros -Ninguna	Nominal	Determinar cuál es el tipo de información que se brinda por parte del GAD san Cristóbal de Patate.
9	¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?	-Vía telefónica -Cartelera -Redes sociales -Persona a persona -Otros	Nominal	Identificar cuáles son los canales de comunicación que usa el GAD san Cristóbal de Patate.
10	¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?	-Si -No	Ordinal	Definir cuán importante es el manejo de la comunicación en el cantón Patate.
11	¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?	Si No	Ordinal	Determinar si es factible que el GAD san Cristóbal de Patate cuente con políticas de comunicación para la población.
12	¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?	Cual.....	Nominal	Identificar cual sería una posible solución para mejorar la comunicación en el cantón Patate.
13	¿Cuánto paga por impuestos predial al año?	Menor a 5 De \$5 a \$20 De \$5 a \$20 De \$41 a \$60 Mayor a \$61	Razón	Determinar el monto de recaudo en impuesto predial por parte del GAD San Cristóbal de Patate.

2.2.6 Análisis prueba piloto

La investigación se realizó a 25 personas los días 16 y 17 de Octubre del año en curso en el área rural y urbana del cantón Patate, con la intervención de David Nacimba y Deysi Salán. Para realizar esta encuesta nos demoramos 4 horas en cada sector.

La finalidad de realizar la prueba piloto es para verificar si el primer cuestionario es comprensible para las personas encuestadas, posterior a eso corregiremos las preguntas en donde más dificultad existió, obteniendo así la encuesta final que se aplicara a la muestra (habitantes del cantón Patate).

Según (Mantilla, 2010) los requisitos que debe tener una encuesta son los siguientes:

- Debe contener entre 10 o 12 preguntas
- Se emplearan medidas de escala de tipo ordinal, nominal y razón.
- Cada pregunta debe tener relación con los objetivos planteados.

Cobertura Geográfica

La prueba piloto se realizó en el cantón Patate en los siguientes sectores:

Patate la matriz: en la avenida Ambato, avenida Hilario Torres, avenida Eduardo Samaniego, avenida Eugenio Espejo.

Mientras que en las parroquias Los Andes, El Sucre y El Triunfo se realizó en los estadios, en las casas comunales y en las plazas centrales de cada una ya que estas parroquias son rurales y no cuentan con nombres sus calles.



Fuente: GAD Municipal Patate

Figura 4 Cobertura geográfica del cantón Patate.

2.2.7 Encuesta Piloto



MARQUE CON UNA "X" LA RESPUESTA SEGÚN SU CRITERIO

- 1.-¿El GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en su sector en el último año?
 Si No
- 2.-¿En qué situación se encuentran el servicio básico?- Recolección de Basura
 Excelente Muy bueno Bueno Indiferente Malo
- 3.-¿En qué situación se encuentran el servicio básico? -Alumbrado Publico
 Excelente Muy bueno Bueno Indiferente Malo
- 4.-¿En qué situación se encuentran el servicio básico? -Tránsito (calles)
 Excelente Muy bueno Bueno Indiferente Malo
- 5.-¿En su barrio que obra básica le hace falta?
 Agua Alcantarillado Asfalto
 Alumbrado publico Adoquinado Todas las anteriores
- 6.-¿Se ha contactado con el GAD de San Cristóbal de Patate para solicitar información sobre obras o mejoras de su sector en el último año?
 Una vez Entre 3 y 5 veces Ninguna
 Dos veces Más de 5 veces
- 7.-¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?
 Excelente Muy bueno Bueno Indiferente Malo
- 8.-¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?
 Trabajos de mantenimiento en las calles Otros
 Cortes de agua o luz eléctrica. Ninguno
 Cierre de vías
- 9.-¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?
 Vía telefónica Persona a persona
 Cartelera Otros
 Redes sociales
- 10.-¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?
 Si No
- 11.-¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?
 Si No
- 12.-¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?
 Cual.....
- 13.-¿Cuánto paga por impuestos predial al año?
 Menor a 5 De \$41 a \$60
 De \$5 a \$20 Mayor a \$61
 De \$21 a \$40

Figura 5 Encuesta piloto

2.2.8 Resultados de la prueba piloto

La prueba piloto se realizó de forma manual a cada uno de los encuestados, obteniendo así algunos cambios en las siguientes preguntas:

PREGUNTA 1

¿El GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en su sector en el último año?

La pregunta 1 es la pregunta filtro, no existió ningún inconveniente ya que todos entendieron y llenaron sin ningún problema.

PREGUNTA 2

¿En qué situación se encuentra el servicio básico?- Recolección de Basura

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Indiferente
- Malo

La pregunta fue comprendida en su totalidad.

PREGUNTA 3

¿En qué situación se encuentra el servicio básico? -Alumbrado Público

- Excelente
- Muy bueno

- Bueno
- Indiferente
- Malo

La pregunta fue comprendida por parte de los encuestados.

PREGUNTA 4

¿En qué situación se encuentran el servicio básico? -Tránsito (calles)

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Indiferente
- Malo

En esta pregunta existió el inconveniente debido a que los encuestados no entendían si nos referíamos al tráfico o el mal estado de las vías. Se tomó en cuenta las recomendaciones y quedo de la siguiente manera:

¿En qué situación se encuentran el servicio básico? – Mantenimiento en las vías

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Indiferente
- Malo

PREGUNTA 5

¿En su barrio que obra básica le hace falta?

- Agua Potable
- Alumbrado publico
- Alcantarillado
- Adoquinado
- Asfalto
- Todas las anteriores

La pregunta fue comprendida en su totalidad

PREGUNTA 6

¿Se ha contactado con el GAD de San Cristóbal de Patate, para solicitar información sobre obras o mejoras de su sector en el último año?

- Una vez
- Dos veces
- Entre 3 y 5 veces
- Más de 5 veces
- Ninguna

La pregunta fue comprendida en su totalidad

PREGUNTA 7

¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Indiferente
- Malo

La pregunta fue comprendida en su totalidad.

PREGUNTA 8

¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

- Trabajos de mantenimiento en las calles
- Cortes de agua o luz eléctrica.
- Cierre de vías
- Otros
- Ninguno

La pregunta fue comprendida en su totalidad

PREGUNTA 9

¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?

- Vía telefónica
- Carteleras
- Redes sociales
- Persona a persona

- Otros

La pregunta fue comprendida en su totalidad

PREGUNTA 10

¿Conoce usted si en el GAD San Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?

No existió ningún inconveniente debido a que si entendieron.

PREGUNTA 11

¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?

No existió ningún inconveniente debido a que es una pregunta general.

PREGUNTA 12

¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?

Se entendió sin ningún inconveniente.

PREGUNTA 13

¿Cuánto paga por impuestos predial al año?

- Menor a 5
- De \$5 a \$20
- De \$21 a \$40
- De \$41 a \$60
- Mayor a \$61

La pregunta fue comprendida en su totalidad

Conclusiones

Después de aplicar la metodología aprendida la prueba piloto que se realizó fue un éxito, la misma que aportó ciertos aspectos relevantes los cuales serán tomados en cuenta para la encuesta definitiva y así poder cumplir con el objetivo de nuestro proyecto de investigación.

Con los aportes que obtuvimos en la prueba piloto realizamos las correcciones respectivas obteniendo así la encuesta definitiva.



Tema: Incidencia de la comunicación y la escasa gestión del GAD DE SAN CRISTÓBAL DE PATATE en la ejecución de obras civiles del período 2017, aplicada a un model multivariante.

Objetivo: Medir la percepción de los habitantes de San Cristóbal de Patate por falta de comunicación y la insuficiencia de obras civiles del período 2017.

INSTRUCCIONES:

- 1.- Lea detenidamente cada pregunta tomando en cuenta las indicaciones señaladas a lo largo de la encuesta
- 2.- Marque con una "X" en el lugar que corresponda

FECHA: _____ **CÓDIGO:** _____

1.-¿El GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en su sector en el último año?

Si No

Si su respuesta es SI aquí termina la encuesta y si su respuesta es NO continúe con la misma.

2.-¿En qué situación se encuentra el servicio básico?- Recolección de Basura

Excelente Muy bueno Bueno Indiferente Malo

3.-¿En qué situación se encuentra el servicio básico? -Alumbrado Público

Excelente Muy bueno Bueno Indiferente Malo

4.-¿En qué situación se encuentra el servicio básico? -Mantenimiento en las vías

Excelente Muy bueno Bueno Indiferente Malo

5.-¿En su barrio que obra básica le hace falta?

Agua potable Alcantarillado Asfalto
Alumbrado público Adoquinado Todas las anteriores

6.-¿Se ha contactado con el GAD de San Cristóbal de Patate para solicitar información sobre obras o mejoras de su sector en el último año?

Una vez Entre 3 y 5 veces Ninguna
Dos veces Más de 5 veces

7.-¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

Excelente Muy bueno Bueno Indiferente Malo

8.-¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

Trabajos de mantenimiento en las calles Otros
Cortes de agua o luz eléctrica. Ninguno
Cierre de vías

9.-¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?

Vía telefónica Persona a persona
Cartelera Otros
Redes sociales

10.-¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?

Si No

11.-¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?

Si No

12.-¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?

Cual.....

13.-¿Cuánto paga por impuestos predial al año?

Menor a \$5 De \$41 a \$60
De \$5 a \$20 Mayor a \$61
De \$21 a \$40

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Figura 6 Modelo de encuesta final.

2.3. FASE TRABAJO DE CAMPO

2.3.1 Determinación del tamaño de la muestra

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

$N =$ *Tamaño de la población*

$n =$ *Muestra*

$p =$ *Probabilidad a favor*

$q =$ *Probabilidad en contra*

$Z =$ *Nivel de confianza*

$e =$ *Nivel de significancia*

2.3.2 Tamaño de la muestra

El universo del cantón san Cristóbal de Patate según datos obtenidos del INEC, cuenta con una población de 13497 habitantes que se encuentran ubicados en las tres parroquias principales como son: el Triunfo, el Sucre, Los Andes y Patate.

2.3.3 Cálculo de la muestra

$$n = \frac{2.06^2 * 13497 * 0.72 * 0.30}{0.04^2(13497 - 1) + 2.06^2 * 0.72 * 0.30}$$

$$n = 549.55$$

$$n = 550$$

Se pudo determinar que para la presente investigación necesitamos de 3 habitantes del cantón Patate para poder realizar la encuesta y poder recopilar información.

2.3.4 Muestreo estratificado

Para esta presente investigación se aplicó la técnica de muestreo por estratos o estratificada, esto debido a que nos ayudara a realizar la investigación directamente en la muestra seleccionada, es decir, que la encuesta se la realizará a pequeños subgrupos de cada uno de los estratos para obtener resultados claros.

2.3.5 Formación de estratos

$N = 13497$

Nuestra población se ha dividido en los siguientes estratos:

Tabla 7

Cuadro de la muestra poblacional.

	Total
EL TRIUNFO	1.583
LOS ANDES	1.391
PATATE	8.154
SUCRE	2.369
Total	13.497

$$n1 = n * \frac{NH1}{N} \quad n1 = 550 * \frac{1583}{13497} = 65$$

$$n2 = n * \frac{NH2}{N} \quad n2 = 550 * \frac{1391}{13497} = 57$$

$$n3 = n * \frac{NH1}{N} \quad n3 = 550 * \frac{8154}{13497} = 332$$

$$n4 = n * \frac{NH2}{N} \quad n4 = 550 * \frac{2369}{13497} = 97$$

El número de encuestas a realizar en cada uno de los 4 estratos es el siguiente:

$$NH1= 1583 \quad n1= 65$$

$$NH2= 1391 \quad n2= 57$$

$$NH3= 8154 \quad n3= 332$$

$$NH4= 2369 \quad n4= 97$$

2.4. FASE DE ANÁLISIS

En esta etapa se determinara el análisis univariado, bivariado, correlaciones, anova, y chi cuadrado todo esto con el fin de poder obtener resultados enfocados a cumplir el objetivo propuesto.

2.4.1 Tabulación de datos

Con la información recolectada de las encuestas procedemos a realizar la tabulación de los datos en el Software SPSS.

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Obras	Numérico	8	0	¿El GAD San ...	{1, Si}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Recoleccion...	Numérico	8	0	¿En qué situaci...	{1, Excelent...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	Alumbrado...	Numérico	8	0	¿En qué situaci...	{1, Excelent...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	Mantenimie...	Numérico	8	0	¿En qué situaci...	{1, Excelent...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Falta_Obra_1	Numérico	8	0	¿En su barrio q...	{1, Agua Po...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Falta_Obra_2	Numérico	8	0	¿En su barrio q...	{1, Agua Po...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Falta_Obra_3	Numérico	8	0	¿En su barrio q...	{1, Agua Po...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	Falta_Obra_4	Numérico	8	0	¿En su barrio q...	{1, Agua Po...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Falta_Obra_5	Numérico	8	0	¿En su barrio q...	{1, Agua Po...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	Falta_Obra_6	Numérico	8	0	¿En su barrio q...	{1, Agua Po...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	Informacion	Numérico	8	0	¿Se ha contac...	{1, Una vez}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	Nivel_Inform...	Numérico	8	0	¿Cómo califica ...	{1, Excelent...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	Tipo_Inform...	Numérico	8	0	¿Qué tipo de in...	{1, Trabajo ...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	Socializacion	Numérico	8	0	¿Cómo se ente...	{1, Via telef...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	Departamen...	Numérico	8	0	¿Conoce usted...	{1, Si}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	Políticas_C...	Numérico	8	0	¿Cree usted qu...	{1, Si}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	Sugerencia	Numérico	8	0	¿Qué sugerenc...	{1, Perifone...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	Impuesto_P...	Numérico	8	0	¿Cuánto paga ...	{1, Menor a ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
19											
20											

Figura 7 Tabulación de datos en SPSS

	Obras	Recoleccion	Alumbrado	Mantenimient	Falta_Obra_1	Falta_Obra_2	Falta_Obra_3	Falta_Obra_4	Falta_Obra_5	Falta_Obra_6	Informacion	Nivel_Informacion
1	No	Indiferente	Malo	Bueno	Agua Pota...	Alcantarilla...	Ninguna	Malo
2	No	Indiferente	Malo	Bueno	Agua Pota...	Alumbrado...	Una vez	Malo
3	No	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Agua Pota...	Alumbrado...	Alcantarilla...	.	.	.	Ninguna	Indiferente
4	No	Indiferente	Bueno	Bueno	Agua Pota...	Alumbrado...	Alcantarilla...	.	.	.	Dos veces	Indiferente
5	No	Bueno	Indiferente	Bueno	Agua Pota...	Ninguna	Indiferente
6	No	Indiferente	Indiferente	Bueno	.	Alcantarilla...	Ninguna	Indiferente
7	No	Indiferente	Bueno	Bueno	.	Alumbrado...	Alcantarilla...	.	.	.	Ninguna	Indiferente
8	No	Bueno	Indiferente	Indiferente	.	Alcantarilla...	Ninguna	Indiferente
9	No	Indiferente	Bueno	Indiferente	Agua Pota...	.	Alcantarilla...	.	.	.	Ninguna	Indiferente
10	No	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Agua Pota...	Alumbrado...	Alcantarilla...	.	.	.	Ninguna	Indiferente
11	No	Bueno	Bueno	Bueno	Agua Pota...	Dos veces	Indiferente
12	No	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Agua Pota...	Ninguna	Bueno
13	No	Bueno	Bueno	Bueno	.	Alcantarilla...	Entre 3 y 5	Indiferente
14	No	Bueno	Indiferente	Indiferente	Todas las ...	Ninguna	Malo
15	No	Indiferente	Bueno	Bueno	Agua Pota...	Ninguna	Malo
16	No	Bueno	Indiferente	Bueno	.	Alcantarilla...	Ninguna	Malo
17	No	Indiferente	Bueno	Bueno	Agua Pota...	Alumbrado...	Una vez	Indiferente
18	No	Bueno	Indiferente	Bueno	Agua Pota...	.	Alcantarilla...	.	.	.	Ninguna	Malo
19	No	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Agua Pota...	Alumbrado...	Ninguna	Indiferente
20	No	Bueno	Indiferente	Indiferente	.	Alcantarilla...	Ninguna	Indiferente
21	No	Bueno	Bueno	Bueno	.	Alcantarilla...	Ninguna	Malo
22	No	Bueno	Bueno	Indiferente	Agua Pota...	Alumbrado...	Ninguna	Malo
23	No	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Agua Pota...	Alumbrado...	Alcantarilla...	.	.	.	Ninguna	Indiferente
24	No	Indiferente	Indiferente	Bueno	Agua Pota...	.	Alcantarilla...	.	.	.	Ninguna	Malo
25	No	Bueno	Indiferente	Indiferente	.	Alumbrado...	Alcantarilla...	.	.	.	Ninguna	Malo
26	No	Indiferente	Bueno	Indiferente	Agua Pota...	Ninguna	Malo

Figura 8 Datos de la encuesta realizada.

2.4.2 Análisis Univariado

Pregunta 1.

Tabla 8

¿El GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en su sector en el último año?

¿El GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en su sector en el último año?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	550	100,0	100,0	100,0

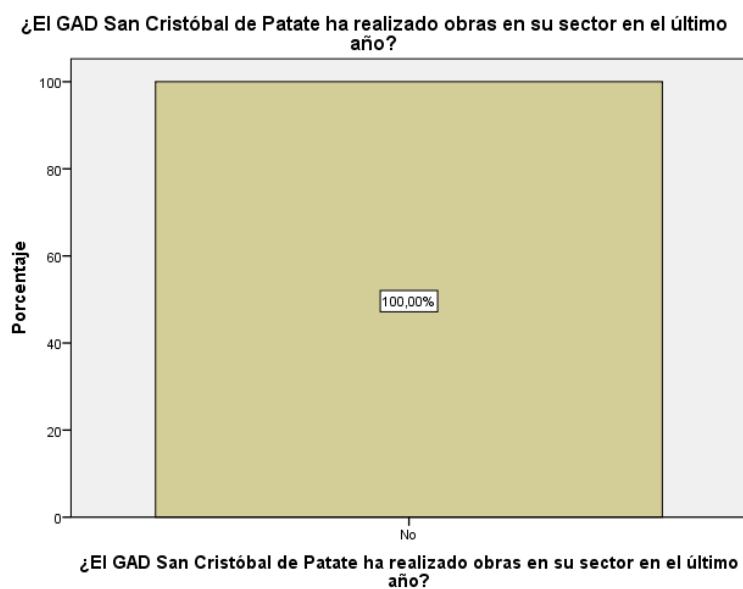


Figura 9 ¿El GAD San Cristóbal de Patate ha realizado obras en su sector en el último año?

Análisis ejecutivo

En la presente investigación desarrollada en el cantón Patate se puede observar que el 100% de encuestados ratifica que no se han realizado obras civiles, con lo cual se concluye que en el cantón Patate no se han realizado obras civiles durante el último año.

Análisis comparativo

Según la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (2017) en su publicación de diciembre “GAD de Patate cierra el año 2017 con varias obras en curso”, menciona que Efraín Aimara Alcalde del cantón Patate, trabaja en la ejecución de obra básica y mejoramiento de la vialidad y obras civiles en el cantón para mejorar las condiciones de vida de las familias que habitan en los diferentes sectores de Patate. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2017)

Pregunta 2.

Tabla 9

¿En qué situación se encuentran el servicio básico? Recolección de Basura

¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Recolección de basura

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy Bueno	17	3,1	3,1	3,1
Bueno	229	41,6	41,6	44,7
Indiferente	264	48,0	48,0	92,7
Malo	40	7,3	7,3	100,0
Total	550	100,0	100,0	

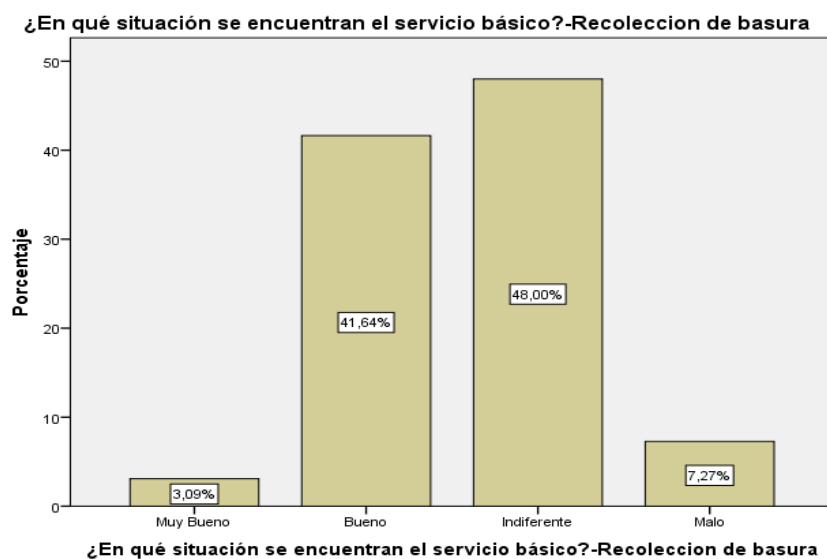


Figura 10 ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?- Recolección de Basura

Análisis ejecutivo

De acuerdo a la investigación realizada a los habitantes del cantón Patate se puede evidenciar que los pobladores manifiestan que el servicio de recolección de basura es indiferente teniendo un porcentaje de voto del 48%, con lo cual se dice que el servicio es satisfactorio.

Análisis comparativo

Según el diario El Telégrafo en su publicación del 16 de julio del 2016 “El reto, mancomunar el tratamiento de basura” menciona que “Como una iniciativa cívica, moradores de los sectores de Mundug, los Andes y barrios centrales de Patate realizan 4 veces por año mingas para limpiar las calles y rondas para cuidar de los bienes municipales, entre ellos los contenedores de basura.” (El telegrafo , 2016)

Pregunta 3

Tabla 10

¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Alumbrado Publico

¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Alumbrado Publico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Excelente	1	,2	,2	,2
Muy Bueno	28	5,1	5,1	5,3
Bueno	236	42,9	42,9	48,2
Indiferente	238	43,3	43,3	91,5
Malo	47	8,5	8,5	100,0
Total	550	100,0	100,0	

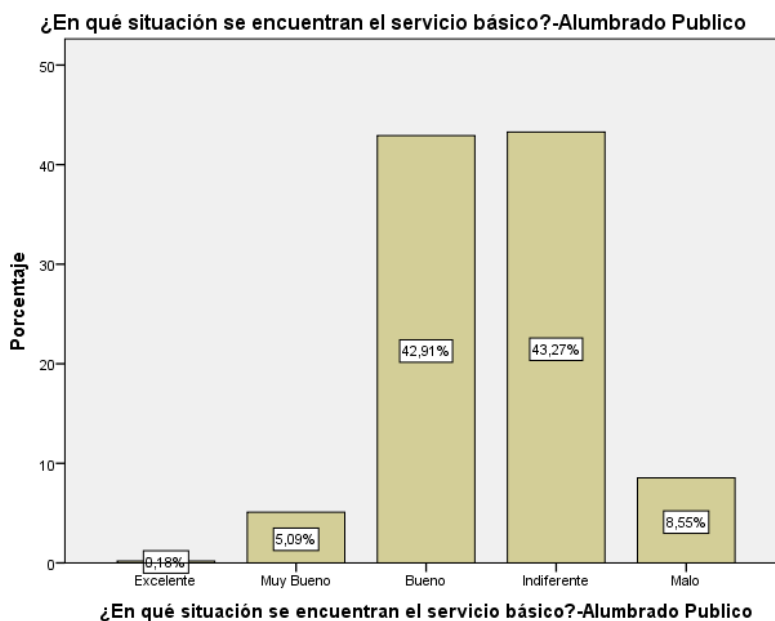


Figura 11 ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Alumbrado Publico

Análisis ejecutivo

En el estudio realizado en el cantón Patate se logra evidenciar que el 43% de los encuestados del cantón Patate califican como indiferente el servicio de alumbrado público seguido de un porcentaje de pobladores que califica como bueno el servicio de alumbrado público, con lo que se concluye que este servicio es satisfactorio.

Análisis comparativo

Según el diario La Hora en su publicación del 20 de noviembre del 2017, “Alumbrado público se colocó en Ambatillo”, mencionó que se ha realizado obras de alumbrado público en el cantón Patate a fin contribuir a la seguridad ciudadana y vial, así como aportar en el desarrollo del cantón Patate, según el marco del ‘Plan 2017 y 2018 de Alumbrado Público’ que constan como objetivo brindar iluminación en los sectores de Patate que carecen de este servicio básico. (La Hora, 2017)

Pregunta 4

Tabla 11

¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Mantenimiento de vías

¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Mantenimiento en las vías

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Excelente	1	,2	,2	,2
Muy Bueno	45	8,2	8,2	8,4
Bueno	171	31,1	31,1	39,5
Indiferente	269	48,9	48,9	88,4
Malo	64	11,6	11,6	100,0
Total	550	100,0	100,0	

¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Mantenimiento en las vías

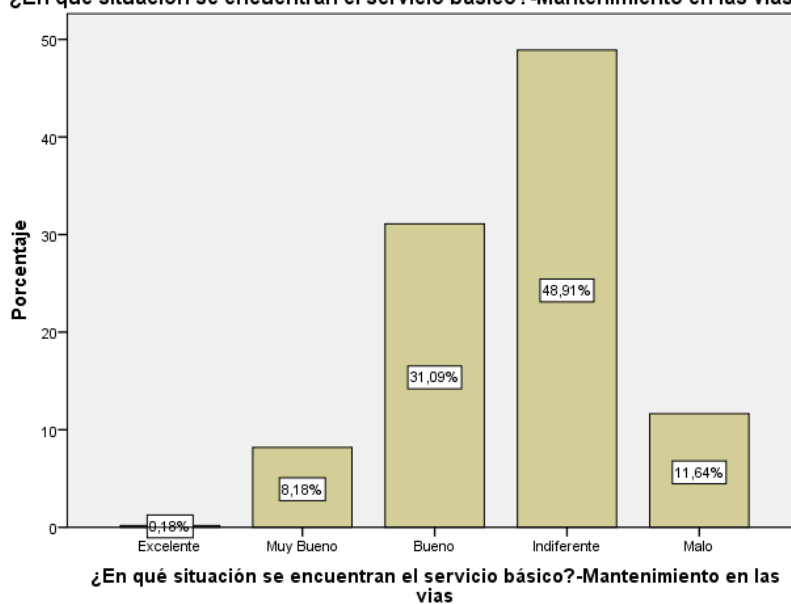


Figura 12 *¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Mantenimiento de vías*

Análisis ejecutivo

Dentro de la investigación realizada en el cantón San Cristóbal de Patate, se logra evidenciar que para la mayoría de los pobladores del cantón san Cristóbal de Patate el mantenimiento de las vías les resulta indiferente.

Análisis comparativo

Según el diario La Hora, en la publicación realizada el 02 de marzo del 2018 con título “Se ejecuta mantenimiento vial en Patate”, mencionan las autoridades del cantón Patate que “El objetivo principal es que la ciudadanía pueda tener una adecuada circulación vehicular, para mejorar la calidad de vida de los patateños y sobre todo que los productos cosechados en el cantón se transporten con seguridad.” (La Hora, 2018)

Pregunta 5

Tabla 12

¿En su barrio que obra básica le hace falta?

\$Falta_Obra frecuencias

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Falta-Obra ^a			
Agua Potable	254	26,4%	46,4%
Alumbrado Publico	128	13,3%	23,4%
Alcantarillado	416	43,2%	76,1%
Adoquinado	80	8,3%	14,6%
Asfalto	77	8,0%	14,1%
Todas las anteriores	7	0,7%	1,3%
Total	962	100,0%	175,9%

a. Grupo

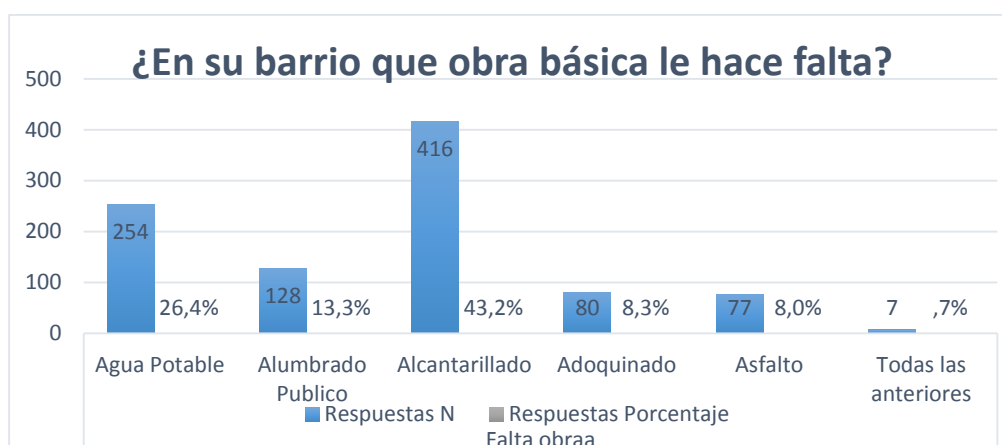


Figura 13 ¿En su barrio que obra básica le hace falta?

Análisis ejecutivo

Dentro de la investigación realizada en el cantón Patate, se logra evidenciar que una de las obras básicas que hace falta dentro del cantón Patate es el alcantarillado público, seguido del agua potable, siendo estos dos datos los más relevantes.

Análisis comparativo

Según el diario La Hora en la publicación realizada el 16 de julio del 2016 “El reto, mancomunar el tratamiento de basura”, menciona que un grupo de pobladores de diferentes sectores de Patate, han mantenido reuniones para solicitar al alcalde del cantón Patate que explique por qué hay avances estructurales en el cantón. (El telegrafo , 2016)

Pregunta 6

Tabla 13

¿Se ha contactado con el GAD de san Cristóbal de Patate para solicitar información en el último año?

¿Se ha contactado con el GAD de san Cristóbal de Patate para solicitar información en el último año?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Una vez	47	8,5	8,5	8,5
Dos veces	11	2,0	2,0	10,5
Entre 3 y 5	10	1,8	1,8	12,4
Mas de 5 veces	2	,4	,4	12,7
Ninguna	480	87,3	87,3	100,0
Total	550	100,0	100,0	

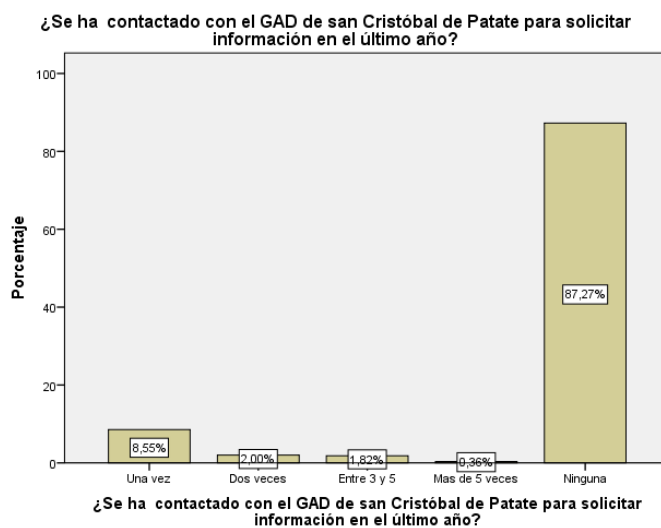


Figura 14 ¿Se ha contactado con el GAD de san Cristóbal de Patate para solicitar información en el último año?

Análisis ejecutivo

En el estudio realizado, se evidencia que la mayor parte de los encuestados en el cantón Patate responde que no se ha contactado con el Municipio para solicitar información en el último año, seguido de un porcentaje muy bajo el cual responde que al menos una vez ha solicitado información.

Análisis comparativo

Según Espinoza Parra (2018) en su publicación de tesis en mayo del 2018 “La comunicación organizacional y la difusión de la información pública en el GAD Municipal del cantón Patate”, menciona que “En su mayoría los habitantes del cantón Patate, consideran que no se mantienen informado en cuanto a la Gestión Social que realiza el Gobierno de Patate” en comparación con la investigación realizada se evidencia que la mayor parte de la población no cuenta con información por parte del GAD San Cristóbal de Patate. (Espinoza Parra, 2018)

Pregunta 7

Tabla 14

¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy bueno	8	1,5	1,5	1,5
Bueno	61	11,1	11,1	12,5
Indiferente	369	67,1	67,1	79,6
Malo	112	20,4	20,4	100,0
Total	550	100,0	100,0	

¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

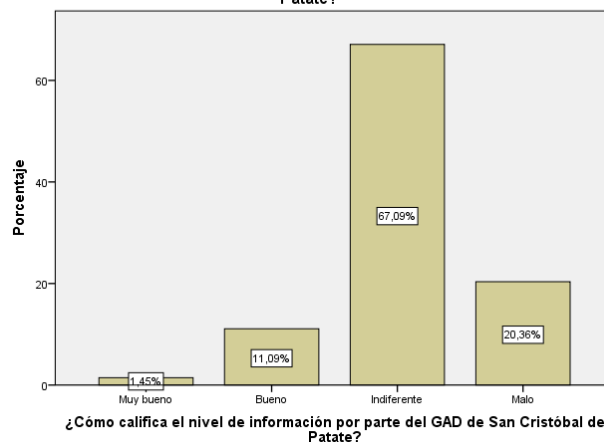


Figura 15 *¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?*

Análisis ejecutivo

En el estudio realizado a los pobladores del cantón Patate, se logra evidenciar que el nivel de información que reciben los pobladores es calificado como indiferente, esto corroborando con el 67% de los votos.

Análisis comparativo

Según Caiza Valladares (2014) el 23 de mayo del 2014 en su tesis “La comunicación institucional y la gestión administrativa del GAD de Patate” menciona que “La carencia de Comunicación institucional en el GAD de Patate es un problema que aparentemente no trae ninguna consecuencia, visto esto desde el punto de vista de los funcionarios de la institución, esto se debe al poco interés o conocimiento de la gran aportación que la Comunicación Institucional tiene dentro de un gobierno local.” (Caiza Valladares, 2014)

Pregunta 8

Tabla 15

¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Trabajo de mantenimiento en las calles	147	26,7	26,7	26,7
Cortes de agua	79	14,4	14,4	41,1
Cierre de vías	25	4,5	4,5	45,6
Otros	164	29,8	29,8	75,5
Ninguno	135	24,5	24,5	100,0
Total	550	100,0	100,0	

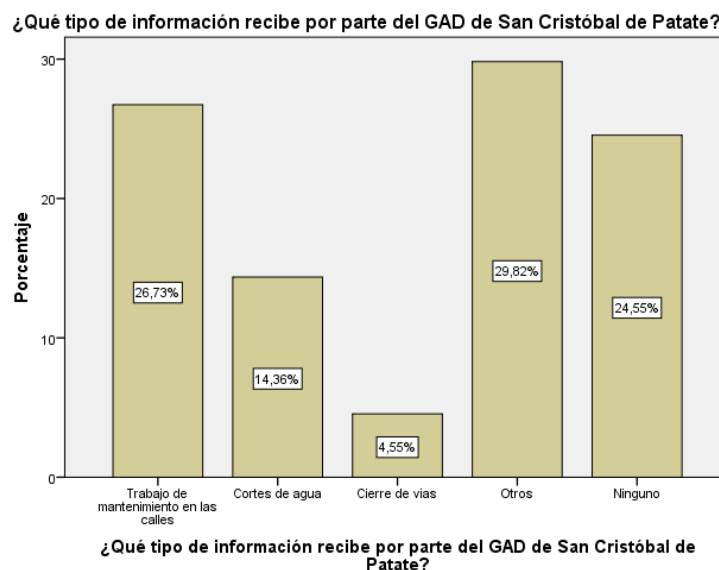


Figura 16 ¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

Análisis ejecutivo

En la presente investigación de mercado realizada en el cantón Patate, se pudo evidenciar que los pobladores no reciben la información necesaria sobre algunos aspectos importantes como son, trabajos de mantenimiento en las calles, cortes de agua o cierres de vías.

Análisis comparativo

Según Espinoza Parra (2018), en su publicación de tesis en mayo del 2018 “La comunicación organizacional y la difusión de la información pública en el GAD Municipal del cantón Patate”, menciona que el inadecuado manejo de los recursos comunicacionales se refleja en las acciones que son tomadas por parte de los administradores al momento de impartir información sobre ciertos planes, programas, actividades, políticas y acciones que han puesto en marcha el GAD Municipal del cantón Patate, no son los correctos, y como consecuencia una escasa comunicación tanto interna como externa” (Espinoza Parra, 2018)

Pregunta 9

Tabla 16

¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Via telefonica	9	1,6	1,6	1,6
Carteleras	10	1,8	1,8	3,5
Reedes sociales	42	7,6	7,6	11,1
Persona a persona	305	55,5	55,5	66,5
Ninguno	184	33,5	33,5	100,0
Total	550	100,0	100,0	

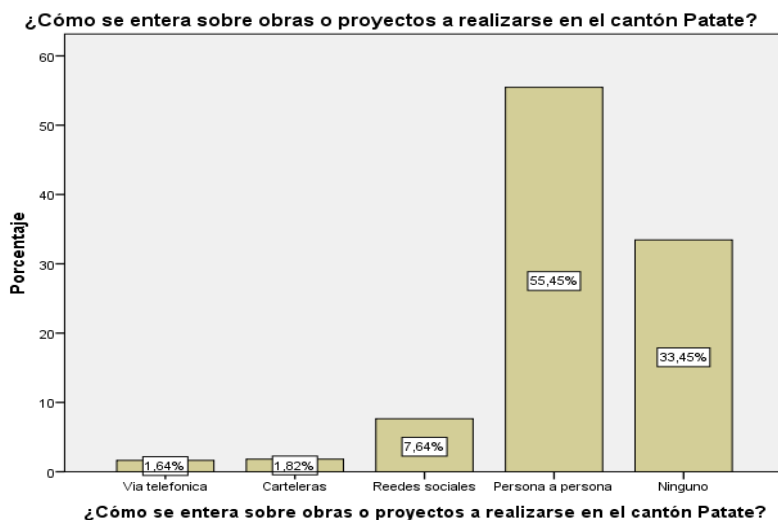


Figura 17 *¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?*

Análisis ejecutivo

En la investigación realizada se logra evidenciar que los pobladores del cantón Patate se enteran mediante persona a persona sobre obras o proyectos a realizarse en sus sectores, es decir que entre pobladores corren la voz y se mantienen informados.

Análisis comparativo

Según Espinoza Parra (2018), en su publicación de tesis en mayo del 2018 “La comunicación organizacional y la difusión de la información pública en el GAD Municipal del cantón Patate”, menciona que la población conocen muy poco sobre los Programas y Proyectos realizados por el GAD de Patate, ellos se enteran de las obras ya cuando se están ejecutando o por medio de otras personas y no por cuenta del municipio como debería ser.” (Espinoza Parra, 2018)

Pregunta 10

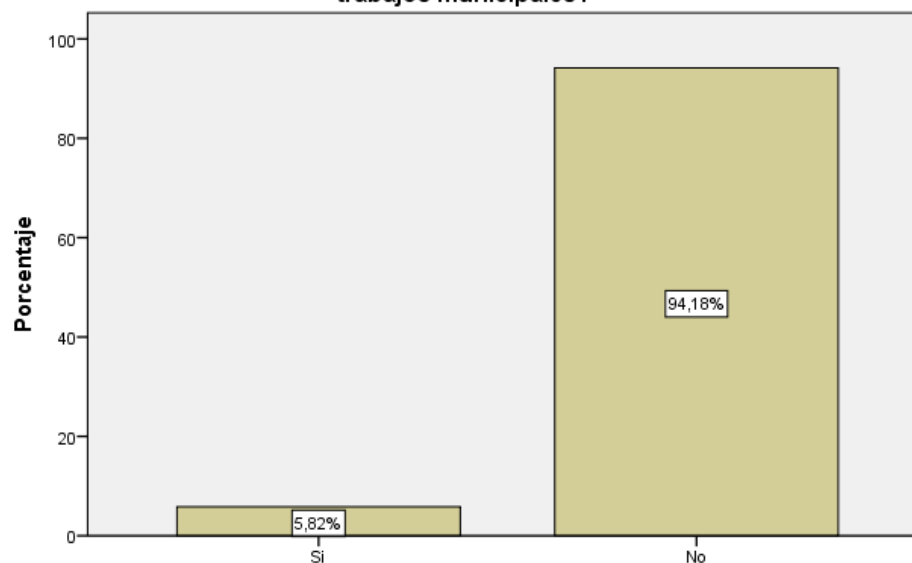
Tabla 17

¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?

¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	32	5,8	5,8	5,8
No	518	94,2	94,2	100,0
Total	550	100,0	100,0	

¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?



¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?

Figura 18 *¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?*

Análisis ejecutivo

De acuerdo a la investigación realizada en el cantón Patate, se puede evidenciar que los pobladores no tienen conocimiento que el GAD San Cristóbal de Patate cuente con un departamento de comunicación.

Análisis comparativo

Según Caiza Valladares (2014), el 23 de mayo del 2014 en su tesis “La comunicación institucional y la gestión administrativa del GAD de Patate” menciona que el desconocimiento ha dado como resultado molestias retrasando el desarrollo del cantón Patate y fortaleciendo de manera negativa que la carencia de las relaciones públicas arroje una notoria desorganización. (Caiza Valladares, 2014)

Pregunta 11

Tabla 18

¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?

¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	503	91,5	91,5	91,5
No	47	8,5	8,5	100,0
Total	550	100,0	100,0	

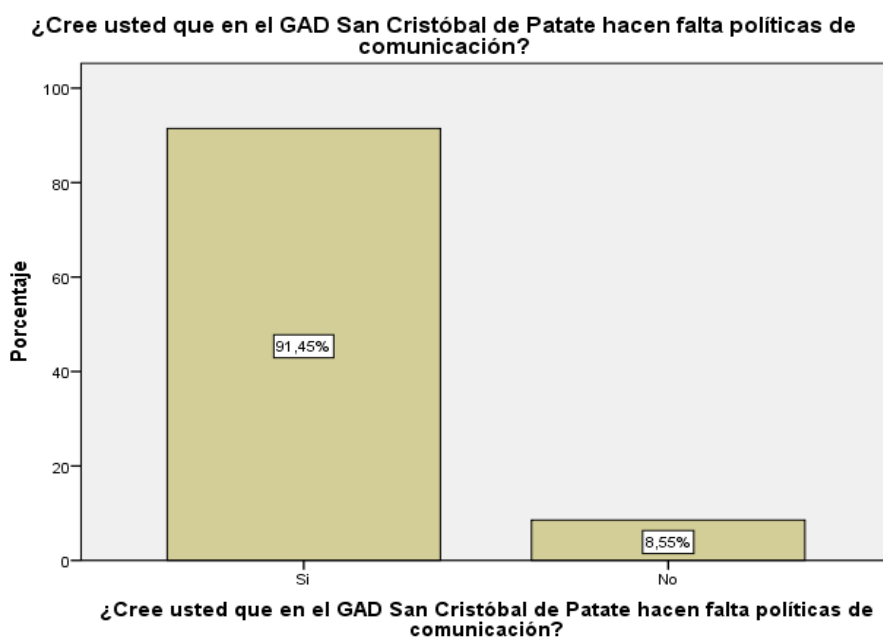


Figura 19 ¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?

Análisis ejecutivo

En la presente investigación se logra evidenciar que los pobladores del cantón Patate creen que es importante contar con políticas de comunicación para mantener informada a la población, es decir que la población necesita estar informada sobre el desarrollo de su sector.

Análisis comparativo

Según Caiza Valladares (2014) menciona el 23 de mayo del 2014 en su tesis “La comunicación institucional y la gestión administrativa del GAD de Patate” menciona que las relaciones públicas de una institución son de suma importancia dentro de la administración municipal para tener una buena comunicación, en comparación con la investigación realizada los pobladores mencionan que es necesario las políticas de comunicación en el GAD San Cristóbal de Patate. (Caiza Valladares, 2014)

Pregunta 12

Tabla 19

¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?

¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Perifoneo	190	34,5	34,5	34,5
Carteleras	107	19,5	19,5	54,0
Capacitaciones	76	13,8	13,8	67,8
Charlas	31	5,6	5,6	73,5
No responde	146	26,5	26,5	100,0
Total	550	100,0	100,0	

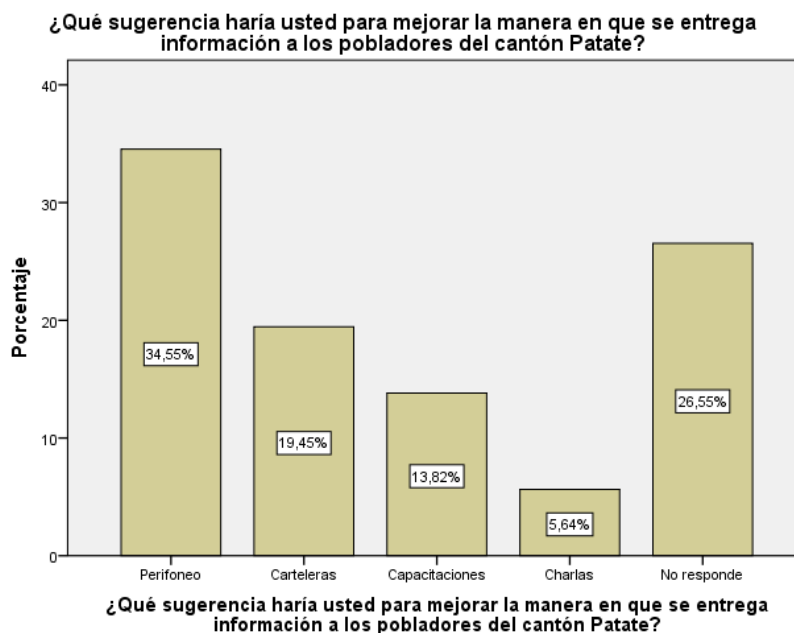


Figura 20 *¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?*

Análisis ejecutivo

De acuerdo a la investigación realizada en el cantón Patate, se logra evidencia que la mayor parte de la población menciona que una manera de mejorar la entrega de información dentro del cantón es mediante el perifoneo en sus sectores.

Análisis comparativo

Según Caiza Valladares (2014) el 23 de mayo del 2014 en su tesis “La comunicación institucional y la gestión administrativa del GAD de Patate” menciona que el vínculo entre el GAD San Cristóbal de Patate y la comunidad patateña hace que la comunicación sea una forma de vida que se convierte en un reto de emisión y recepción de información de la mejor forma posible.” (Caiza Valladares, 2014)

Pregunta 13

Tabla 20

¿Cuánto paga por impuestos predial al año?

¿Cuánto paga por impuestos predial al año?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Menor a 5	1	,2	,2	,2
De 5 a 20	11	2,0	2,0	2,2
De 21 a 40	42	7,6	7,6	9,8
De 41 a 60	336	61,1	61,1	70,9
Mayor a 61	160	29,1	29,1	100,0
Total	550	100,0	100,0	

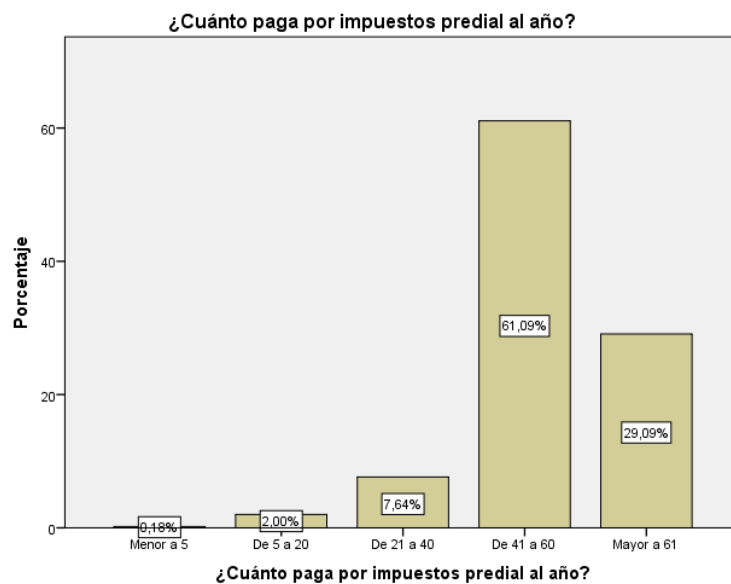


Figura 21 ¿Cuánto paga por impuestos predial al año?

Análisis ejecutivo

En la presente investigación se logra evidencia que los pobladores del cantón Patate pagan sus impuestos prediales anuales un valor entre los \$41 y \$60 dólares.

Análisis comparativo

Según el diario La Hora (2018), en la publicación realizada el 26 de febrero del 2018, “Problemas en el cobro de impuestos prediales en Patate” menciona que al iniciar el año los ciudadanos del cantón Patate aprovechan para cancelar los impuestos prediales tanto urbanos como rurales a fin de beneficiarse de los descuentos que establece la Ley y a su vez aportar para el desarrollo del cantón Patate. (La Hora, 2018)

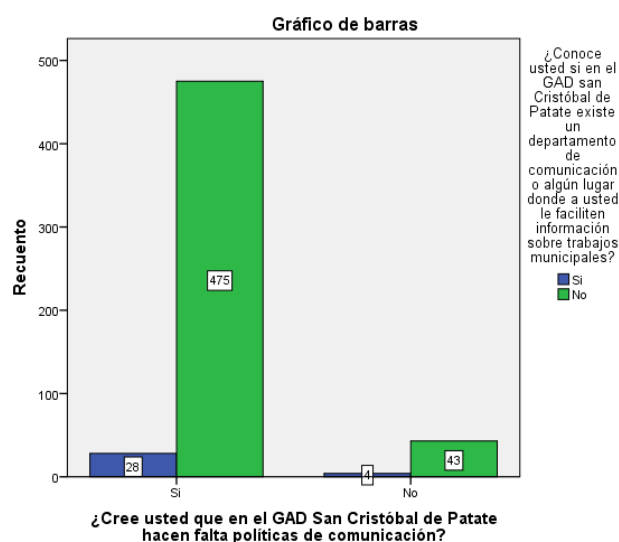
2.4.3 Análisis Bivariado

2.4.3.1 Análisis de Crosstab o tabla de contingencia

- 1. ¿Conoce usted si el Gad San Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales? * ¿Cree usted que el Gad San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?**

Tabla 21*Tabla de contingencia I*

		¿Conoce usted si en el GAD san Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?		Total
		Si	No	
¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?	Si	28	475	503
	No	4	43	47
Total		32	518	550

**Figura 22** Contingencia I**Análisis ejecutivo**

Al realizar el cruce de variables entre la variable ¿Conoce usted si el GAD San Cristóbal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?, y la variable ¿Cree usted que el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?, se puede evidenciar que la mayor contingencia de 475 se encuentra en que no conoce el departamento de comunicación y si le hace falta políticas de comunicación, lo que se ve que si existe asociación y relación entre las 2 variables.

2.- ¿Se ha contactado con el GAD de San Cristóbal para solicitar información de obras o mejoras? * ¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

Tabla 22

Tabla de contingencia II

Recuento

		¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?				Total
		Muy bueno	Bueno	Indiferente	Malo	
¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?	Si	0	56	345	102	503
	No	8	5	24	10	47
Total		8	61	369	112	550

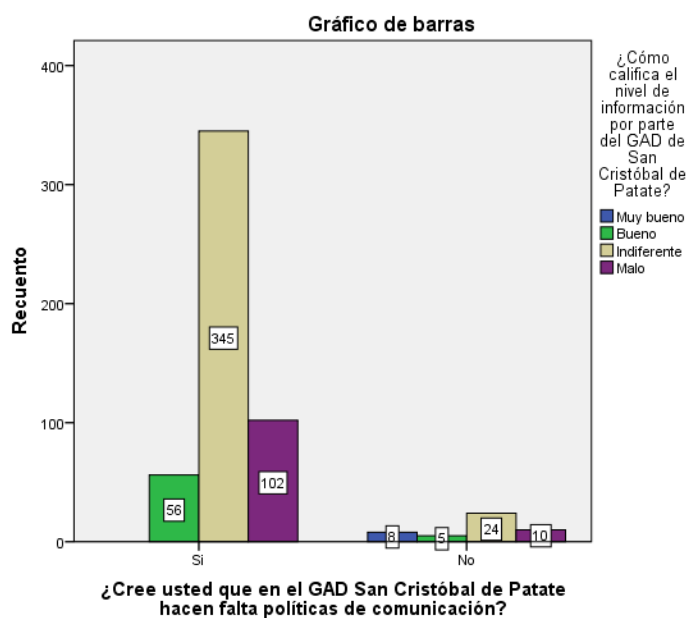


Figura 23 Contingencia II

Análisis ejecutivo

Al realizar el cruce de variables entre la variable ¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate? , y la variable ¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación? , se puede evidenciar que la mayor contingencia de 345 se encuentra en cómo está el nivel de información se encuentra es indiferente y si le hace falta políticas de comunicación. Lo que determina que a los habitantes de Patate se encuentran en una posición indiferente ante la falta de comunicación y falta de obras del GAD Patate, por consiguiente la mayor contingencia obtenida ratifica la falta de compromiso entre las dos partes (GAD Patate y población.)

2.4.3.2 Anova

1.- ¿Cuánto paga por impuesto predial al año? * ¿Qué tipo información recibe por parte del GAD de San Cristóbal?

H0: Si existe relación entre cuanto paga por impuesto predial al año y tipo de información recibe por parte del GAD, es mayor a 5%; Rechazo la hipótesis.

H1: No existe relación entre cuanto paga por impuesto predial al año y tipo de información recibe por parte del GAD, es menor a 5%, Acepto la hipótesis.

Tabla 23
Cuadro Anova I

ANOVA					
¿Cuánto paga por impuestos predial al año?					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	14,145	4	3,536	8,561	,000
Dentro de grupos	225,129	545	,413		
Total	239,275	549			

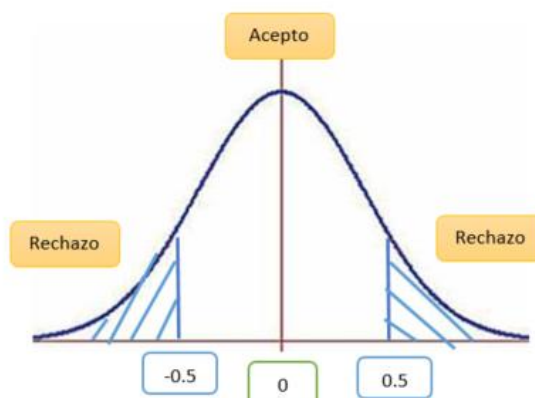


Figura 24 Anova I

Análisis ejecutivo:

Al realizar la comparación en relación entre las variables de estudio ¿Cuánto paga por impuesto predial al año?, y la variable ¿Qué tipo información recibe por parte del GAD de San Cristóbal? se evidencia que cae en la zona de aceptación, lo que determina que al comparar las dos variables de estudio estas se relacionan entre el pago del impuesto predial y que información recibe, determinando la aceptación de la hipótesis alternativa ya que se relaciona con el pago que realiza el usuario y la atención dada por parte del empleado municipal.

2.- ¿Cuánto paga por impuesto predial al año? * ¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal?

H0: Si existe relación entre cuanto paga por impuesto predial al año y qué situación se encuentran el servicio básico -Recolección de basura, es mayor a 5%; Rechazo la hipótesis.

H1: No existe relación entre cuanto paga por impuesto predial al año y qué situación se encuentran el servicio básico -Recolección de basura, es menor a 5%, Acepto la hipótesis.

Tabla 24
Cuadro Anova II

ANOVA					
¿Cuánto paga por impuestos predial al año?					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	4,325	4	1,081	2,508	,041
Dentro de grupos	234,949	545	,431		
Total	239,275	549			

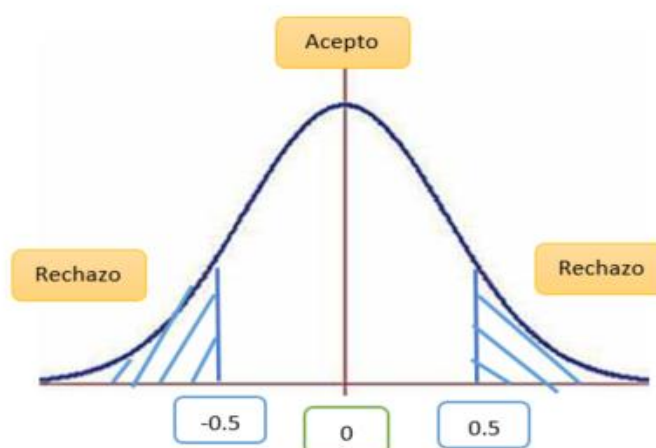


Figura 25 Anova II

Análisis ejecutivo:

El cálculo de las variables de estudio ¿Cuánto paga por impuesto predial al año? Y ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Recolección de basura se evidencia que cae en la zona de aceptación, lo que determina que al comparar las dos variables de estudio estas se relacionan entre el pago del impuesto predial y el estado en el que se encuentra el servicio de recolección de basura.

2.4.3.3 Correlaciones

1.- ¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?* ¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?

Tabla 25
Cuadro de correlación I

		¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?	¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?
¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?	Correlación de Pearson	1	,386**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	550	550
¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?	Correlación de Pearson	,386**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	550	550

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

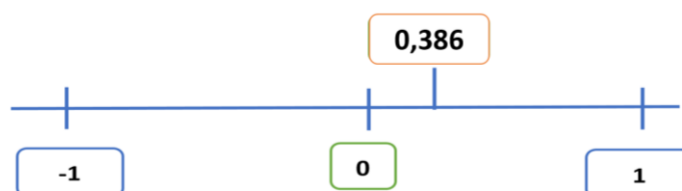


Figura 26 Correlación I

Análisis ejecutivo

Al hacer el cálculo de la correlación y medir su asociación se puede evidenciar que entre las variables, como se entera de obras o proyectos a realizarse y como califica el nivel de información se evidencia que el cálculo salió 0,38 lo que se considera una baja asociación por consiguiente el GAD de Patate deberá tomar medidas estratégicas para que esta asociación suba y hacer una alta correlación.

2.- ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Mantenimiento en las vías * ¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Alumbrado Publico

Tabla 26
Cuadro de correlación II

		¿En qué situación se encuentran el servicio básico?- Mantenimiento en las vías	¿En qué situación se encuentran el servicio básico?- Alumbrado Publico
¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Mantenimiento en las vías	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	1	,327** ,000
	N	550	550
¿En qué situación se encuentran el servicio básico?-Alumbrado Publico	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	,327** ,000	1
	N	550	550

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

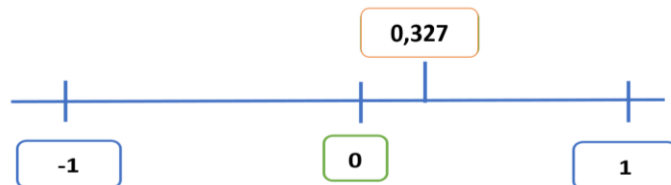


Figura 27 Correlación II

Análisis ejecutivo

Al realizar el cruce de variables entre, en qué situación se encuentra el servicio de mantenimiento de vías y frente a la situación del servicio de alumbrado público de igual manera el cálculo salió 0.32 lo que determina que es una baja correlación debiéndose tomar medidas oportunas en el GAD de Patate ya que este análisis determina que no existe alumbrado público y las vías se encuentran en mal estado, y la gente se encuentra molesta.

2.4.3.4 Chi cuadrado

Ho.- Si existe relación entre cómo califica el nivel de información y cuánto paga por impuesto predial al año, es mayor a 5%; Rechazo la hipótesis.

H1.- No existe relación entre cómo califica el nivel de información y cuánto paga por impuesto predial al año, es menor a 5%, Acepto la hipótesis

Tabla 27
Cuadro Chi-cuadrado

Estadístico de prueba	¿Cómo califica el nivel de información por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?	¿Cuánto paga por impuestos predial al año?
Chi-cuadrado	559,018 ^a	726,200 ^b
gl	3	4
Sig. asintótica	,000	,000

a. 0 casillas (,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 137,5.

b. 0 casillas (,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 110,0.

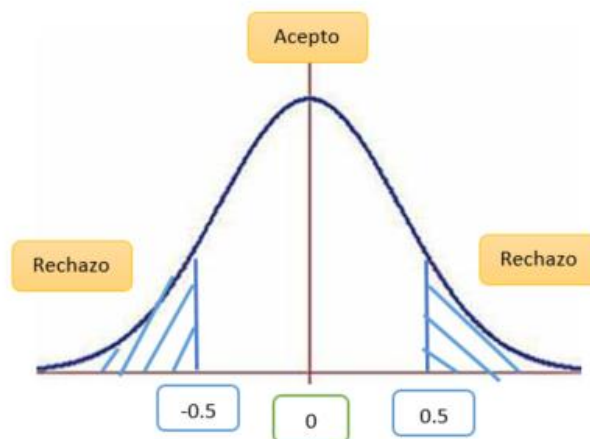


Figura 28 Chi cuadrado I

Análisis ejecutivo:

Al hacer el cruce de variables de chi cuadrado el cálculo se encuentra en el centro de la zona de aceptación por consiguiente existe relación y asociación con respecto a su promedio de estudio de los datos observados frente a los datos observados. Lo que determina que el proyecto es viable, acepto la hipótesis alternativa que al relacionar con la hipótesis general comprueba mi hipótesis donde se ratifica que la información que otorga el municipio a su población no es buena, en tal virtud el GAD de Patate debe tomar estrategias para mejorar el servicio de atención e información hacia el público.

Ho.- Si existe relación entre cómo se entera sobre las obras, cree que hacen falta políticas de comunicación y que sugerencia realizaría para mejorar la entrega de información, es mayor a 5%; Rechazo la hipótesis.

H1.- No existe relación entre cómo se entera sobre las obras, cree que hacen falta políticas de comunicación y que sugerencia realizaría para mejorar la entrega de información, es menor a 5%, Acepto la hipótesis

Tabla 28
Cuadro Chi-cuadrado II

	Estadísticos de prueba		
	¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?	¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación?	¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate?
Chi-cuadrado	621,145 ^a	378,065 ^b	137,291 ^a
gl	4	1	4
Sig. asintótica	,000	,000	,000

a. 0 casillas (,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 110,0.

b. 0 casillas (,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 275,0.

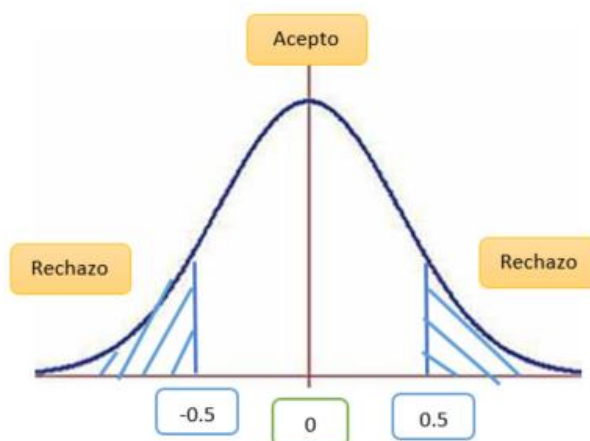


Figura 29 Chi-cuadrado II

Análisis

Al promedio de los datos observados frente a los datos esperados en sus tres variables de hacer el cruce de variables ¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?, ¿Cree usted que en el GAD San Cristóbal de Patate hacen falta políticas de comunicación? Y ¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la manera en que se entrega información a los pobladores del cantón Patate? se evidencia que el cálculo chi cuadrado en el cálculo de las tres variables cae en el nivel de aceptación por consiguiente existe relación y asociación con respecto estudio. Cabe indicar que se comprueba nuevamente la hipótesis general (La falta de comunicación del GAD de Patate incide en el malestar de la población de patateños) el cálculo ratifica nuestra hipótesis por consiguiente el proyecto es viable.

2.4.4 Modelo multivariante

Regresión múltiple

Con el objeto de determinar la gestión que realiza el Municipio de Patate se proveyó realizar un análisis multivariante utilizando la regresión múltiple para determinar las necesidades y/o falencias que tiene el GAD de Patate.

En tal virtud a continuación aplicamos el modelo de regresión múltiple.

$$Yc = a + bx + cx$$



a = constante

b = variable de estudio

c = variable de estudio

Coficiente

Tabla 29
Modelo multivariante

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,185 ^a	,034	,031	,650

a. Predictores: (Constante), ¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?, ¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?

Tabla 30
Modelo multivariante-Anova

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	8,190	2	4,095	9,694	,000 ^b
	Residuo	231,084	547	,422		
	Total	239,275	549			

- a. Variable dependiente: ¿Cuánto paga por impuestos predial al año?
- b. Predictores: (Constante), ¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?, ¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?

Tabla 31
Modelo multivariante-Coeficientes

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
		B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	3,514	,158		22,289	,000
	¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?	,126	,036	,148	3,514	,000

¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?	,042	,018	,099	2,359	,019
---	------	------	------	-------	------

a. Variable dependiente: ¿Cuánto paga por impuestos predial al año?

Cálculo utilizando SPSS

$$a = 3.51$$

$$b = 0.12$$

$$c = 0.04$$

Aplicación de la fórmula

$$Y_c = 3.51 + 0.12(2) + 0.04(2)$$

$$Y_c = 3.83$$

Cálculo de las medias

Tabla 32

Cálculo de medias

	¿Cuánto paga por impuestos predial al año?	¿Cómo se entera sobre obras o proyectos a realizarse en el cantón Patate?	¿Qué tipo de información recibe por parte del GAD de San Cristóbal de Patate?
Media	4.17	4.17	3.11

$$Y_c = 3.83$$

$$\bar{x}_1 = 4.17$$

$$\bar{x}_2 = 4.17$$

$$\bar{x}_3 = 3.11$$

Análisis

Al hacer el cálculo multivariante utilizando la regresión múltiple se evidencia que la proyección para el siguiente año salió 3.83 lo que ratifica que la población de Patate se encuentra insatisfecha y el próximo año habrá mayor insatisfacción por la falta de obras básicas, además se puede determinar que esa insatisfacción se evidencia en el incremento de impuestos que paga el pueblo patateño, así como la falta de obras y las escasa información de obras.

Proyección de pagos de impuestos falta de obras y escasa información

Tabla 33

Proyección de pagos de impuestos falta de obras y escasa información

Año	Proyección
2019	3.833
2020	3.99
2021	4.15
2022	4.31
2023	4.47

Análisis Proyección

Al realizar la proyección como un horizonte de cinco años se puede evidenciar que el crecimiento aparece en los cinco años de estudio lo que determina que la insatisfacción cada año

será mayor si es que el GAD de Patate no realiza gestión en especial en obras básicas y la comunicación.

Este estudio de pronósticos realizados nos ayudó a evidenciar el problema que enfrenta la ciudad y sus parroquias por todo lo expuesto anteriormente.

3. CAPÍTULO III ESTUDIO TÉCNICO

3.1. COMUNICACIÓN






Según Noguera Vivo (2005), manifiesta que la comunicación en el ámbito de las organizaciones es un campo cuya cobertura ha ido creciendo hasta abarcar prácticamente a todas las esferas de nuestra sociedad. Las concepciones originarias de gestión de la comunicación que despreciaban el ámbito interno y que externamente tan sólo se dirigían, de forma unidireccional, hacia clientes potenciales, han quedado totalmente obsoletas. Los enfoques modernos de comunicación organizacional se orientan ahora desde una perspectiva multidisciplinar y que se sustenta desde tres pilares: la comunicación interna, la corporativa y la de marketing. (Noguera Vivo, 2005)

Según Carbonell (2005), nos dice que la comunicación pública se ha convertido, en la actualidad, en una actividad administrativa heterogénea, muy difícil de delimitar y categorizar que se puede identificar como «un cajón de sastre» en el que caben manifestaciones tales como la información política, las relaciones públicas, la información general sobre servicios administrativos, el diálogo interpersonal o la publicidad institucional. (Carbonell, 2005)

Según Piug (2003), nos indica que la comunicación de los entes locales ya no se asume exclusivamente como una comunicación sobre servicios públicos, sino desde una perspectiva

global de comunicación organizacional a través de la cual se implementa en el colectivo imaginario una marca de ciudad con valores propios, tal y como apunta (Puig, 2003)

3.2. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

TIPOLOGÍA	INDICADOR
	Inicio o término del diagrama
	Proceso
	Ingreso y Salida de datos
	Condición (Bifurcación)
	Transporte

Fuente: (Aguas, 2018)

Figura 30 Simbología Flujograma

El diagrama de flujo nos permite ordenar un proceso, determinando las actividades que se realizan en estos, desde el inicio hasta el final.

3.2.1 Proceso de comunicación municipal

- 1.- Elaborar un plan estratégico municipal
- 2.- El plan estratégico se va a realizar en base a la información que existe en el municipio con la dirección de la alcaldía.
- 3.- Clasificar el tipo de información que posee el municipio posterior a eso comunicar a los ciudadanos.
- 4.- El siguiente paso es la selección de los medios de comunicación de acuerdo al presupuesto establecido por los cuales van a difundir la información a toda la población.

- 5.- Elegir y pedir autorización a la alcaldía para difundir la información
- 6.- Una vez que está aprobado el responsable del departamento de comunicación debe planificar las rutas que va a recorrer de acuerdo al área rural y urbana.
- 7.- Informar a toda la ciudadanía la gestión municipal actual.
- 8.- Solventar a la población todas las dudas que tengan acerca del tema que se esté comunicando.

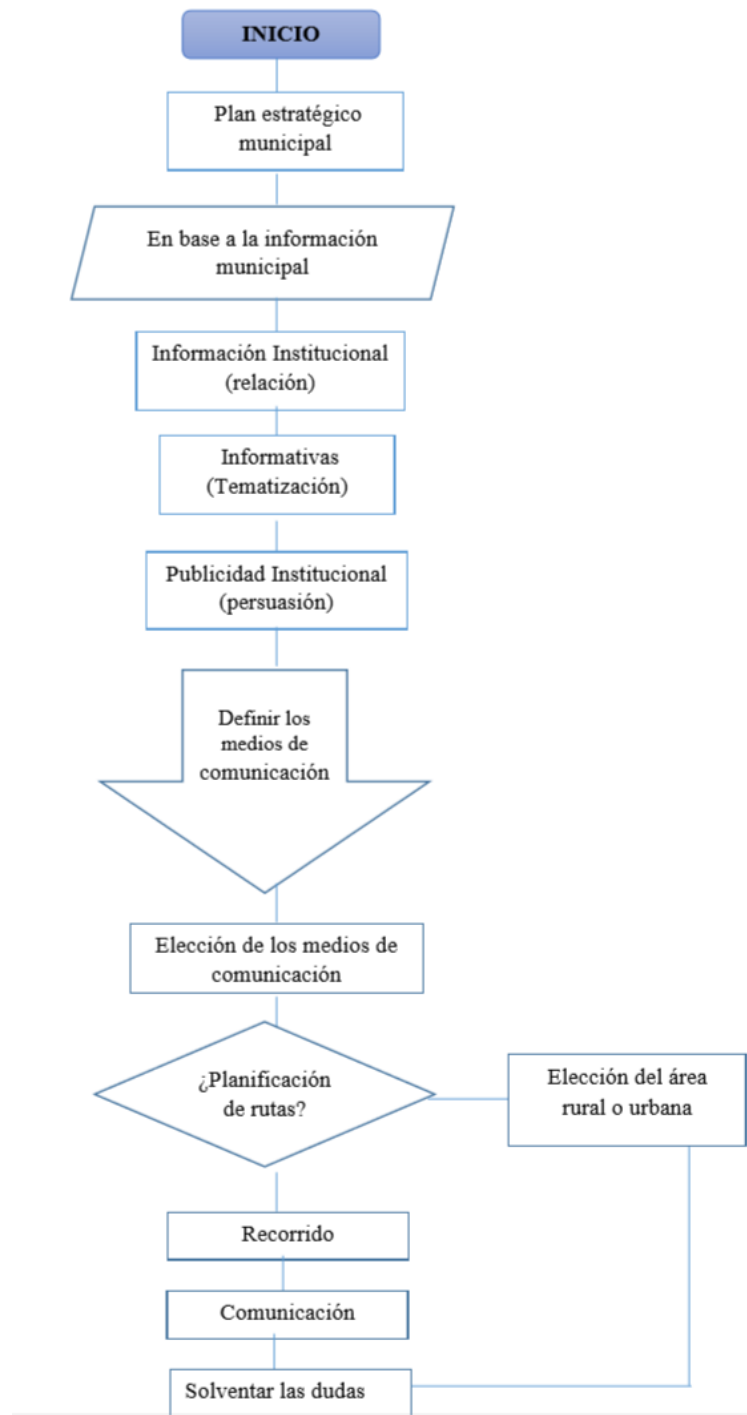


Figura 31 Flujograma de la comunicación municipal.

Análisis

La comunicación se puede considerar que es como el hombre y la mujer tan importante en el medio social ya que nos permite intercambiar e informar entre dos o más personas, esto también nos ayuda a distinguir los diferentes tipos de comunicación dándonos una ventaja competitiva y un apoyo para el desarrollo de nuestro tema de investigación. Debemos destacar los principales tipos de comunicación para aplicar en la construcción de nuestro proyecto de investigación, como la comunicación verbal la misma que puede ser expresada de manera oral que sería la forma ideal para transmitir información por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado San Cristóbal de Patate hacia los ciudadanos, la comunicación escrita que ayudaría a fortalecer la información impartida por parte del municipio.

Existen muchos tipos de comunicación pero para nuestra investigación tomaremos en cuenta dos tipos de comunicación las cuales son: la comunicación colectiva ya que nuestro tema se dirige más a la población del cantón Patate y la comunicación masiva que juega un papel importante dentro del desarrollo social todo esto enlazado con la comunicación auditiva, visual, olfativa, táctil. Esto es de gran apoyo ya que se puede influir en los sentidos de las personas para que exista la transmisión del mensaje y llegue a un gran número de personas logrando el objetivo propuesto.

3.2.2 Proceso de la gestión de obras civiles

Identificar la necesidad

Para empezar un proyecto u obra civil se debe primero establecer una necesidad en este caso se tomara la necesidad más urgente teniendo en cuenta que en un mismo sector pueden existir varias necesidades pero se busca resolver la que sea más relevante para los patateños.

Localización

Para poder continuar con las obras o proyectos de mejora se debe definir en qué sector se la va a realizar, es decir, que se elige un lugar exacto en el cual se va a realizar la obra para ayudar a la comunidad este punto es importante ya que de esto dependerá el costo total de la obra.

Diseño de la obra

Una vez que se define la localización de la obra se prosigue a realizar un bosquejo de como quedara la obra, interviene planos, maquetas, diagramas esto a fin de poder establecer precios para el financiamiento y presupuesto de la obra.

Cálculo de inversión

Una vez definida la necesidad y la localización del proyecto se busca calcular el costo de la obra, es decir, entra en un proceso en el cual se busca cotizar el precio de toda la obra a realizarse, cabe resaltar que para este paso se busca varias empresas que puedan realizar el proyecto.

Financiamiento

En cuanto al financiamiento de la obra, es con fondos públicos, es decir que cada GAD Municipal cuenta con un presupuesto para realizar obras y proyectos en bien de la sociedad, en este caso a satisfacer la carencia de obras civiles dentro del cantón Patate.

Construcción de la obra

Como punto final se tiene la construcción de la obra, en la cual intervienen algunos responsables que serán los encargados de llevar dicha obra a cabo en un determinado tiempo.

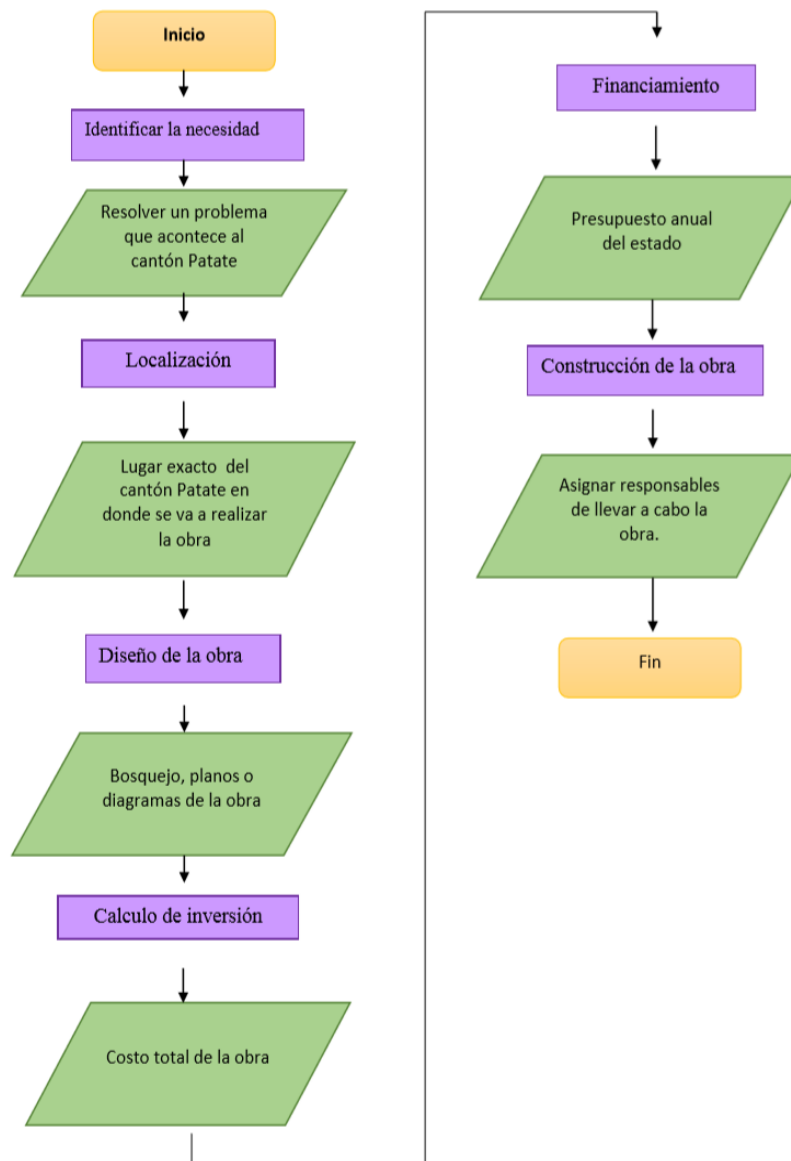


Figura 32 Flujograma de la gestión de obras civiles.

Análisis

La gestión de obras civiles es importante en la sociedad debido a que con esto se puede mejorar la calidad de vida de muchos seres humanos, es decir, que las personas cuenten con los servicios básicos tales como agua potable, alcantarillado, alumbrado público y vías de acceso, pero es significativo resaltar que para cumplir con esto se debe seguir un procedimiento con el cual se puede llevar a cabo una obra civil en bien de la comunidad, en este caso en comparación con el cantón Patate, se evidencia que dentro del cantón Patate los pobladores no cuentan con todos los servicios básicos.

4. CAPITULO IV PROPUESTA Y ESTRATEGIAS

4.1. ESTRATEGIAS

Estrategia es un conjunto de acciones para cumplir metas y objetivos en bien de la empresa.

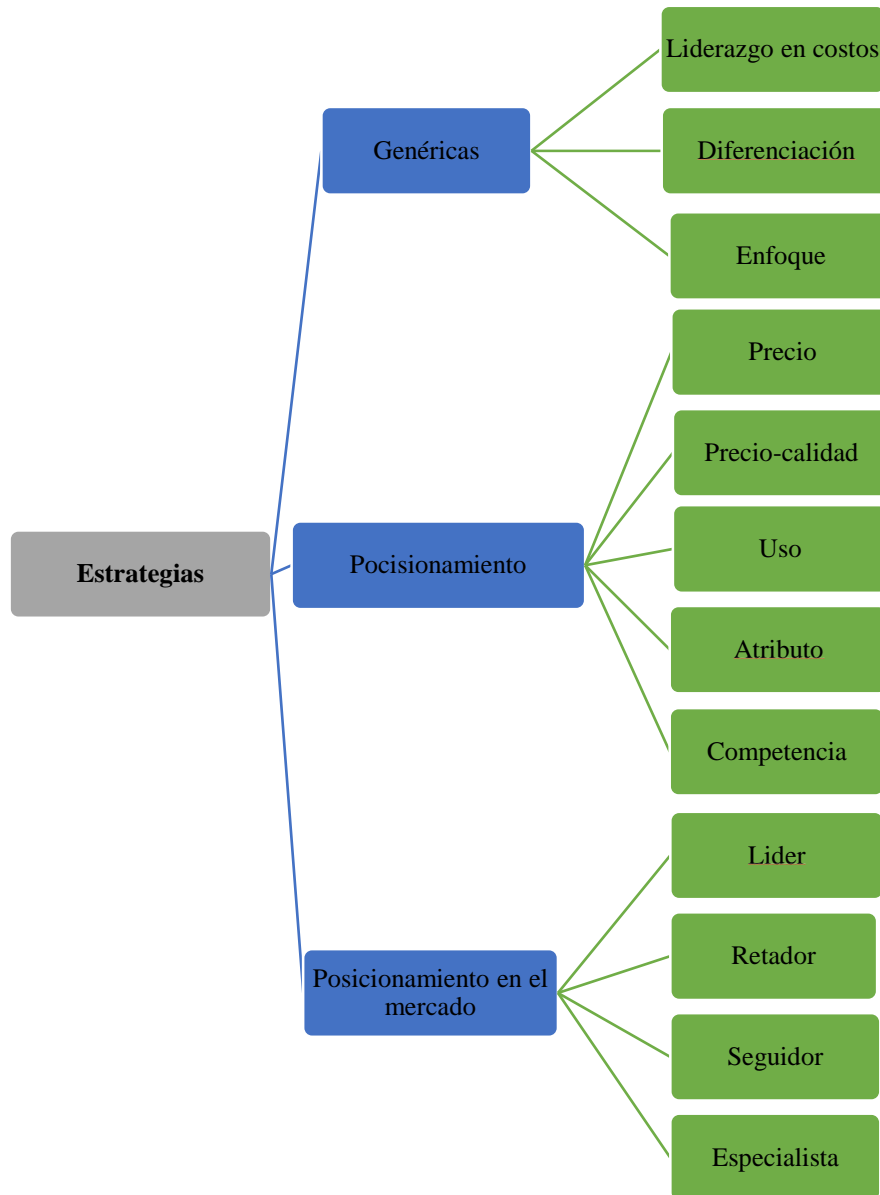


Figura 33 Estrategias generales

4.1.1 Estrategias genéricas

4.1.1.1 Liderazgo en costos

Consiste en buscar y mantener una posición de costes bajos respecto de la competencia, esto permitirá a la empresa obtener unos rendimientos superiores al promedio del sector. (Innova, s.f.)

4.1.1.2 Diferenciación

Esta consiste en que la empresa ofrece en el mercado un producto que por los motivos que sea el consumidor percibe como único y por tanto está dispuesto a pagar un sobreprecio por adquirirlo. (Innova, s.f.)

4.1.1.3 Enfoque

La estrategia de enfoque o alta segmentación es aquella que sigue una empresa cuando su ámbito competitivo se limita a un segmento del sector industrial. (Innova, s.f.)

4.1.2 Estrategia de posicionamiento

4.1.2.1 Precio

Es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto. (Thompson, 2007)

4.1.2.2 Precio calidad

Es cuando se basa la estrategia en la relación calidad-precio. La empresa trata de ofrecer la mayor cantidad de beneficios a un precio razonable. (Palermo)

4.1.2.3 Uso

Se tiene en cuenta el uso del producto es decir, como lo utiliza, cuando lo utiliza, donde lo utiliza y para qué lo utiliza. (grafic, 2017)

4.1.2.4 Atributo

La estrategia se centra en un atributo como el tamaño o la antigüedad de la marca. Cuantos más atributos se intente posicionar más difícil resultará posicionarse en la mente de los consumidores. (Palermo)

4.1.2.5 Competencia

Comparar las ventajas y atributos con la competencia. Puede ser por uso o aplicación, en este caso, se trata de posicionar a la empresa como la mejor en base a usos o aplicaciones determinadas. (Palermo)

4.1.3 Posicionamiento en el mercado

4.1.3.1 Líder

La empresa líder o referente de un sector es aquella con mayor cuota de mercado (EAE, 2015)

4.1.3.2 Retador

Son propias de aquellas empresas que ocupan un segundo o tercer puesto en el sector también denominadas “rastreadoras” y que buscan estrategias de ataque para retar al líder o a otros competidores que presentan claras desventajas en un intento de aumentar su cuota de mercado. Suelen ser acciones basadas en descuentos de precio, promociones intensivas o reducción de costos. (EAE, 2015)

4.1.3.3 Seguidor

Frente a las anteriores, hay empresas que no buscan la diversificación como estrategia sino la especialización en un segmento muy específico del mercado. Se concentra en los segmentos en los que obtiene una mayor respuesta y goza de mejor posición y mantiene una actitud de coexistencia pacífica y seguimiento de las decisiones de sus competidores. (EAE, 2015)

4.1.3.4 Especialista

Típica de aquellas organizaciones que buscan diferenciarse asentándose y especializándose en un nicho de mercado capaz de aportar beneficios suficientes, con una barrera de entrada defendible, poco atractivo para la competencia y con una gran potencial de crecimiento. Concentran sus esfuerzos en aquellos puntos donde son más fuertes. (EAE, 2015)

Análisis

De las presentes estrategias no se van a utilizar las estrategias genéricas ni las estrategias de posicionamiento, debido a que dichas estrategias están enfocadas en un mercado de productos.

El GAD de Patate no cuenta con procesos estratégicos en beneficios de la colectividad, denotándose a través de la investigación de mercados insatisfacción en los habitantes patateños, en tal virtud ante la falta de estrategias es importante considerar como otros municipios manejan su gestión municipal como es el municipio de la ciudad de Ambato.

La insatisfacción que existe por parte de los habitantes del cantón Patate se da porque el GAD de Patate no gestiona obras civiles para el cantón, la mayor parte de los pobladores del área rural se sustentan de la agricultura y la ganadería, ellos forman una parte fundamental ya que proveen alimentos para toda la provincia de Tungurahua, es por ello que se necesita que gestionen la ampliación y mantenimiento de sus vías para darles seguridad a los ciudadanos con esto también se lograría integrar al área urbana y rural debido a que existe discriminación porque no existe transporte público todo el tiempo para los alrededores de Patate, esto con lleva que los pobladores no se integren en los ámbitos sociales, culturales y políticos.

Si es el caso el presente trabajo de titulación el municipio lo puede acoger como una metodología donde se desarrolle la estrategia del seguidor que creemos es lo más aconsejable para el GAD de Patate ya que este ayudará a utilizar procesos y objetivos que se lo puede emplear con facilidad en Patate para su mejor desarrollo poblacional.

4.1.4 Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación es una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humano. (Enrique, 2008)

Una estrategia de comunicación, fomenta cuantitativa como cualitativamente, intercambios de información, con el objetivo de que la comunidad conozca qué es lo que sucede en su entorno, pero también este proceso debe servir para estimular una actitud positiva sobre las condiciones socioculturales en que se encuentra la organización, para determinar qué tan viable es que se promuevan modificaciones de los valores, las creencias, los ritos y los mitos, hacia los trabajadores dentro su actividad laboral y sobre su pertenencia a la organización. (Enrique, 2008)

Conjunto de decisiones y acciones programadas para comunicar de una manera efectiva, en base a unos intereses concretos. (Zorraquino, s.f.)

Podemos definir la estrategia de comunicación como el conjunto de acciones planificadas para comunicar a la comunidad de manera oportuna y eficaz todo lo relacionado con su entorno.

4.1.5 Componentes de la estrategia de comunicación

4.1.5.1 Comunicación interna

La comunicación interna no es un fin, sino un medio y una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias, que supone el nuevo contrato psicológico que hoy vincula a los hombres con las organizaciones; la flexibilidad, la polivalencia, la apertura a cambios. (Garica Jimenez, 1998)

4.1.5.2 Comunicación externa

La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes

públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales, etc. (global, s.f.)

4.1.5.3 Comunicación participativa

La comunicación participativa es una rama de trabajo de la comunicación social que se despliega en lo local/regional al servicio de proyectos, planes o programas para facilitar el diálogo de doble vía entre los diferentes actores de un proceso, promueve resignificaciones culturales y estimula el sentido de pertenencia social, fomentando una cultura colaborativa. (Salazar).

Tabla 34

Cuadro comparativo de componentes de la comunicación

Comunicación interna	Comunicación externa	Comunicación participativa
La comunicación interna va dirigida a las personas que están dentro de la institución, es la responsable de informar y conseguir un buen ambiente laboral dentro de cualquier organización, comprometiendo a todo el equipo de trabajo a cumplir con los objetivos establecidos.	Es definida como el conjunto de acciones que una organización tiene para mostrarse con agentes exteriores, es decir cómo ven las personas desde afuera el proceso de comunicación.	Se busca que el receptor de la información sea indispensable en el proceso de comunicación, es decir que se le proporciona medios para que puedan expresar sus quejas y descontento o viceversa.

Análisis

La comunicación se desarrolla a través de un emisor y un receptor que si lo consideramos como una comunicación bidireccional esta representa agilidad y conocimiento de algún detalle informativo en tal virtud el GAD de Patate debería considerar esta comunicación bidireccional

(habitantes y GAD de Patate), proceso que permitirá un enfoque de comunicación en ese instante de lo que ocurre en el GAD y en su ciudad como son obras básicas como viabilidad luz agua potable , alcantarillado , en especial en los lugares donde existen problemas mencionados anteriormente.

Notándose que la comunicación puede ser interna externa o participativa determina que la comunicación interna es para los empleados que conforman el GAD de Patate mientras que la comunicación externa determina información para la población del cantón y sus parroquias, mientras que la comunicación participativa evidencia una comunicación donde se pueden expresar el descontento las quejas y otros que desmotiven a la colectividad.

En tal virtud el GAD de Patate se encuentra con esta falta de comunicación participativa hacia sus habitantes por lo que es necesario que el GAD de Patate cuente con una estrategia comunicacional para su población, es decir, contar con una oficina de comunicación para los habitantes de Patate.

4.2. MÉTODO GAP

El Gap Análisis, una herramienta que permite establecer una comparativa entre el estado y desempeño real de una organización, estado o situación en un momento dado, respecto a uno o más puntos de referencia seleccionados de orden local, regional, nacional y/o internacional. (Gonzales, 2016)

Un análisis GAP responde a dos cuestionamientos básico en una organización o negocio, las cuales son ¿En dónde estamos? y ¿A dónde queremos llegar?, es decir que el método GAP nos ayuda para mejorar el desempeño de la organización, evaluando el antes y el después de aplicar las estrategias.

Para la presentación de nuestro tema de investigación presentaremos a continuación el método GAP, después de haber obtenido, analizado y presentado los resultados de la investigación propondremos actividades claras para el mejoramiento de la comunicación de las obras civiles del GAD San Cristóbal de Patate.

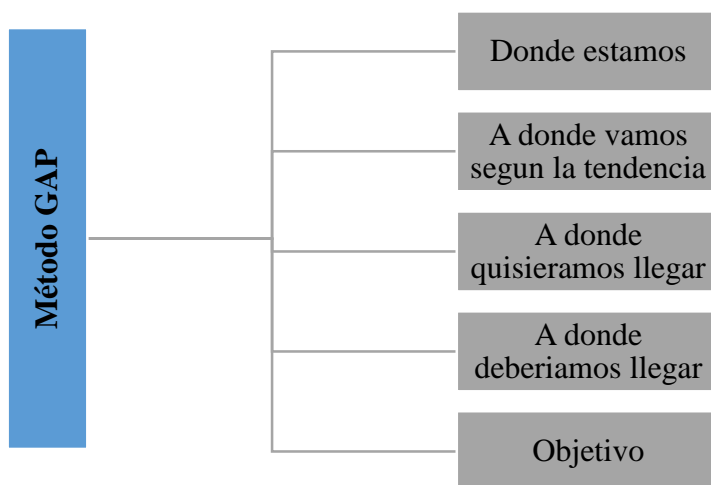


Figura 34 Pasos del método GAP

4.2.1 Fijación de objetivos

4.2.1.1 Objetivos de marketing comunicacional

Describe cuáles serán las propuestas de estrategias que se van a usar para poder cumplir con el desarrollo de nuestra investigación, aplicando correctamente las herramientas.

Tabla 35*Cuadro de objetivos del marketing comunicacional*

OBJETIVOS DEL MARKETING COMUNICACIONAL		
PASO	MERCADO	MUNICIPIO
1.- ¿Dónde estamos?	En el 2011 la dirección de planificación del gobierno provincial e Tungurahua en conjunto con el centro de coordinación de proyectos realizan un taller de capacitación sobre las estrategias de comunicación que se desarrollaran dentro de la provincia.	En la investigación realizada se puede evidenciar que las estrategias usadas por el GAD de Patate no son las correctas debido a que la mayor parte de la población no tiene comunicación sobre la gestión de obras civiles por parte del municipio.
2.- ¿A dónde vamos según la tendencia?	Se considera importante que debe existir la comunicación bidireccional para que la población se pueda mantener informada.	El GAD de Patate debe contar con una gestión de comunicación para que la información llegue a los patateños.
3.- ¿A dónde quisiéramos llegar?	Desarrollar un plan de comunicación eficiente mediante parámetros que se puedan usar en el proceso de comunicación.	
4.- ¿A dónde deberíamos llegar?	Utilizar estrategias de comunicación para garantizar la información a los pobladores del cantón Patate.	
OBJETIVO	Realizar capacitación de atención al cliente con respecto a la gestión municipal en cuanto a la gestión de obras básicas que necesita el cantón.	

4.2.1.2 Objetivos de la productividad

Se describe los resultados que se desea obtener en cuanto a la investigación realizada, aplicando estrategias de marketing.

Tabla 36*Cuadro de objetivos de la productividad.*

OBJETIVOS DE LA PRODUCTIVIDAD		
PASO	MERCADO	MUNICIPIO
1.- ¿Dónde estamos?	Los gobiernos autónomos descentralizados no cuentan con un buen sistema de información para los usuarios, en cuanto a las actividades que se realizan dentro de los mismos.	En la presente investigación se comprobó que existen algunas fallas dentro del GAD de Patate, debido a que los usuarios no se sienten satisfechos con el nivel de información brindado.
2.- ¿A dónde vamos según la tendencia?	La comunicación es algo fundamental dentro de la sociedad para mantenerse informados y por consiguiente lograr la satisfacción de los ciudadanos.	No existe una comunicación efectiva entre el GAD de Patate y su población para que se puedan socializar y dar respuestas a los problemas o necesidades de los habitantes del cantón Patate.
3.- ¿A dónde quisiéramos llegar?	Que el GAD de Patate cuente con políticas de comunicación y que sean incluyente para que los pobladores sean partícipes.	
4.- ¿A dónde deberíamos llegar?	En proyectar los resultados sobre obras que si se van a efectuar en el cantón Patate.	
OBJETIVO	Desarrollar seguimiento a las obras que se ejecutan y se ejecutarán en el cantón Patate.	

4.2.1.3 Objetivos de la innovación

Consiste en realizar actividades que se van a utilizar para mejorar el proceso de comunicación y entrega de información de una manera eficiente.

Tabla 37*Cuadro de objetivos de la innovación.*

OBJETIVOS DE LA INNOVACION		
PASO	MERCADO	MUNICIPIO
1.- ¿Dónde estamos?	Existen municipios que informan a sus ciudadanos de todas las obras que se realizan a través de redes sociales, sitios web, etc.	El GAD de Patate cuenta con tecnología la misma que se encuentra desactualizada.
2.- ¿A dónde vamos según la tendencia?	Otros municipios han incrementado el porcentaje de innovación tecnológica para la comunicación bidireccional, con el fin que se mejore el nivel de interacción entre el GAD de Patate y sus pobladores.	Generar procesos de socialización y difusión de la gestión municipal del GAD de Patate.
3.- ¿A dónde quisiéramos llegar?	Realizar el correcto uso de la tics para difundir información de calidad para la población patateños.	
4.- ¿A dónde deberíamos llegar?	Interactuar con los habitantes del cantón Patate mediante la implementación de medios digitales, es decir que la comunicación sea bidireccional (GAD de Patate y población)	
OBJETIVO	Desarrollar una cultura tecnológica utilizando redes sociales en la población de Patate.	

4.2.1.4 Objetivos de los Recursos Humanos

Consiste en que todo el personal que presta servicios públicos y que interviene en el proceso de comunicación debe estar capacitado

Tabla 38*Cuadro de objetivos de los Recursos Humanos.*

OBJETIVO DE RECURSOS HUMANOS		
PASO	MERCADO	MUNICIPIO
1.- ¿Dónde estamos?	Dentro de otras municipalidades se caracterizan por la calidad de los servicios, seguido del trabajo en equipo, como también en el compromiso pero sobre todo en la comunicación efectiva.	En la presente investigación se comprobó que los habitantes del cantón Patate no tiene información sobre los servicios y gestión del GAD de Patate.
2.- ¿A dónde vamos según la tendencia?	Otros municipios brindan un servicio de calidad a sus ciudadanos, basado en la transparencia y planificación de la comunicación con personal capacitado.	Invertir en capacitación para los servidores públicos que están en contacto con los usuarios en busca de información del GAD de Patate.
3.- ¿A dónde quisiéramos llegar?	Que todo el personal de servidores públicos del GAD de Patate tengan cursos de atención al cliente y a la comunidad en todas sus dependencias.	
4.- ¿A dónde deberíamos llegar?	Contar con personal calificado que brinde información y cree confianza en los pobladores para mejorar los problemas de comunicación.	
OBJETIVO	Implementar cursos de capacitación y de comunicación personal para atender el balcón de servicios.	

4.2.1.5 Objetivos de la Responsabilidad Social

Consiste en fijar objetivos en los cuales se va a trabajar con responsabilidad y compromiso para satisfacer las necesidades de la población.

Tabla 39*Cuadro de objetivos de la Responsabilidad Social.*

OBJETIVOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL		
PASO	MERCADO	MUNICIPIO
1.- ¿Dónde estamos?	Dentro de los programas que atienden los gobiernos municipales están, la recolección de basura, cuidado del medio ambiente mantenimiento de vías y dotación de servicios básicos.	En la presente investigación se pudo apreciar que no todos los patateños cuentan con los servicios básicos.
2.- ¿A dónde vamos según la tendencia?	Otros municipios cumplen con la planificación establecida en cuanto a obras civiles para el desarrollo del cantón Patate.	El GAD de Patate cumple a medias las obras de servicios básicos.
3.- ¿A dónde quisiéramos llegar?	Cumplir con las obras de servicios básicos de las necesidades de sus pobladores, especialmente en las zonas productoras.	
4.- ¿A dónde deberíamos llegar?	A trabajar en obras y proyectos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón Patate	
OBJETIVO	Crear una oficina de comunicación y atención al cliente para que la población patateños esté informada de la gestión de sus obras.	

4.3. PROPUESTA

Creación del área de comunicación del GAD San Cristóbal de Patate.

4.3.1.1 Antecedentes

Ante la falta de un área o departamento de comunicación social en el GAD de Patate, la población se encuentre desinformada sobre los problemas y gestión de obras que no conoce su

comunidad, es importante se analice si es el caso crear este departamento; el mismo que servirá para tener una comunicación directa entre autoridades del GAD y su población que lo necesita, como se evidencia en la parroquia El Triunfo, el caserío San Jorge, el Caserío Puñapi de falta de obras básicas.

4.3.2 Objetivos

4.3.2.1 Objetivo General

Crear el departamento de comunicación en el GAD de Patate.

4.3.2.2 Objetivo específico

- Crear un espacio físico de 5x4 metros para el departamento.
- Contar con personal capacitado
- Adquirir equipos e insumos para este nuevo departamento.

4.3.3 Necesidades

4.3.3.1 Recursos Humanos

Para el departamento de comunicación se requiere contratar 3 personas las mismas que serán designados a las siguientes actividades:

a) Atención al cliente

El ciudadano como cliente del municipio tiene todas las facultades de obtener información así como también de poner sus quejas y sugerencias para el mejoramiento del mismo. La persona encargada de esta área deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Calor humano
- Agilidad
- Información correcta y oportuna
- Garantía y cumplimiento
- Asesoría

b) Diseño Gráfico

El profesional para esta área deberá tener todos los conocimientos en base a diseños de campañas publicitarias para satisfacer las necesidades visuales de una persona o empresa, a través de imágenes, texturas y multimedios.

c) Manejo de redes sociales

El uso de las redes sociales con responsabilidad va ayudar para emitir información más inmediata de la administración y es posible escuchar a los ciudadanos y ponerlos en diálogo con la administración municipal.



Figura 35 Actividades de Recursos Humanos.

4.3.3.2 Recursos materiales

- Espacio físico oficina (5x4 metros)

- Hay que buscar un espacio físico en el municipio para poderle adecuar como el departamento de comunicación.
- Posterior a eso hay que adquirir tres escritorios, 3 computadoras, tres sillas, una mesa de reuniones y un teléfono.
- Se comprara 1 equipo de perifoneo

4.3.4 Proceso de comunicación

4.3.4.1 Comunicación bidireccional

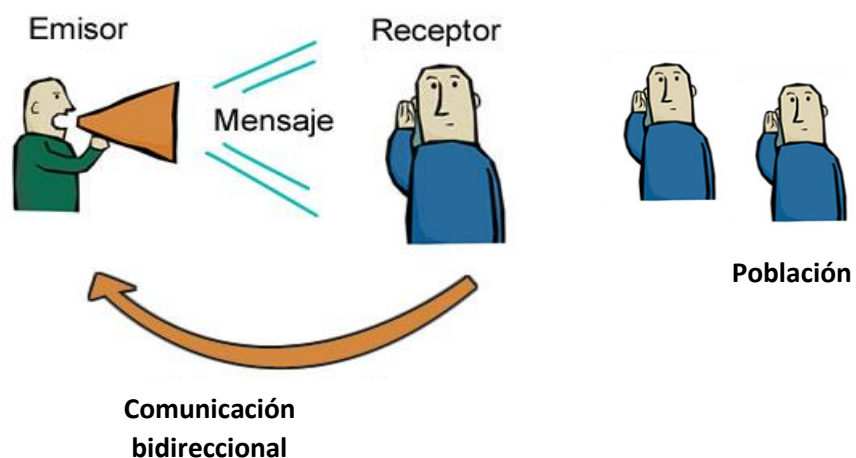


Figura 36 Comunicación Bidireccional.

Para esta propuesta debemos tomar en cuenta la comunicación bidireccional para que los habitantes tengan la información correcta, oportuna y también puedan expresar sus quejas y necesidades de su sector.

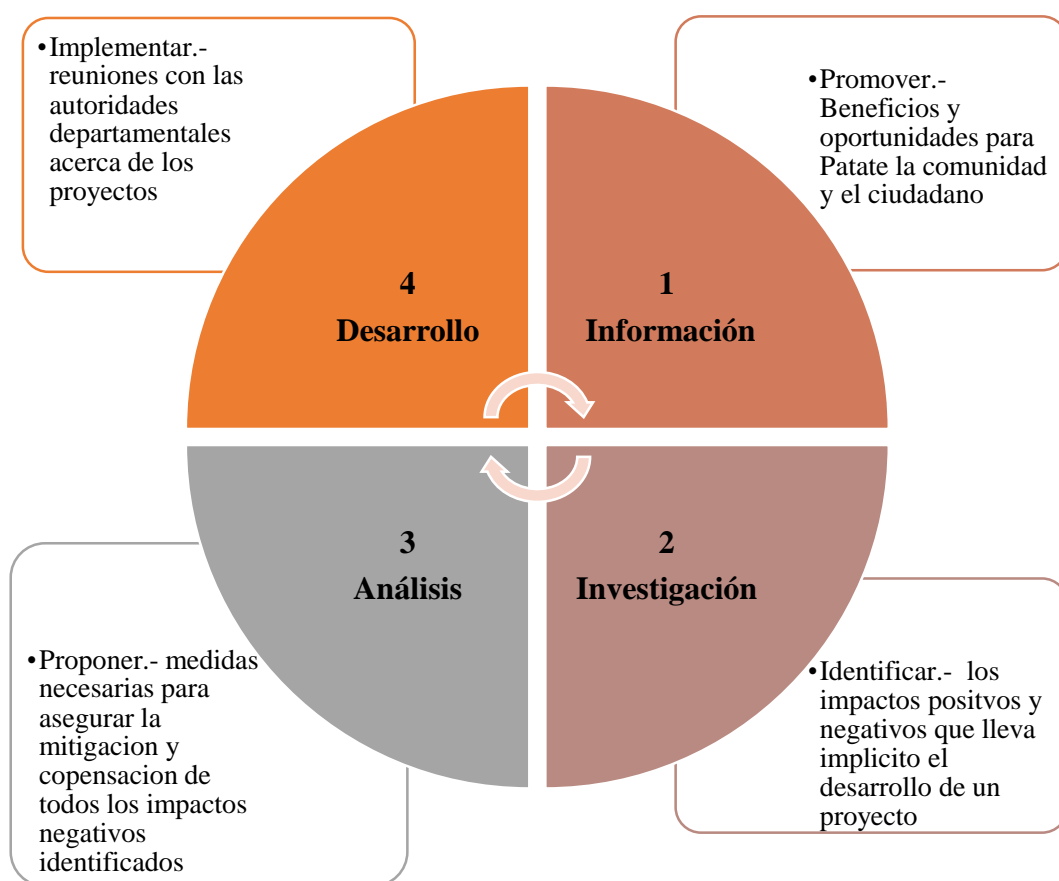
4.3.4.2 Proceso de socialización

Socialización primaria.- se encuentra en el seno del municipio, hasta que llegue a toda la población ya que varía según el área sea esta urbana y rural.

Socialización secundaria.- socialización primaria finaliza cuando el municipio comienza a integrarse a la población en los cuales la naturaleza de la relación social es de carácter secundario, es decir, relaciones basadas más bien en un componente social, cultural, político y que, en general, son relaciones a las cuales la persona se integra opcionalmente y como resultado de un contrato social, escrito o no.

Tabla 40

Matriz de socialización



5. CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tabla 41

Cuadro de conclusiones y recomendaciones.

CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
<p>La teoría de soporte de la comunicación bidireccional nos dice que se debe enviar mensajes del emisor al receptor y viceversa, debiendo establecer canales necesario para hacer llegar sus mensajes a los públicos y que los públicos también se manifiesten.</p>	<p>En el GAD de Patate se debe implementar la comunicación bidireccional (Municipio y habitantes) para que fluya la comunicación de manera correcta y oportuna a su población.</p>
<p>Una de las preguntas con el 100% de votación es la pregunta número uno que manifiesta que: ¿El GAD San Cristobal de patate ha realizado obras en su sector e ultimo año? el total de los encuestados respondió que no se ha realizado obras en este último año.</p>	<p>Al ver que el resultado fue negativo el GAD de Patate debe gestionar obras, sean estas en mantenimiento de vías, alcantarillado, alumbrado público, agua potable, entre otras.</p>
<p>La otra pregunta con porcentaje alto de respuesta es: ¿Conoce usted si en el GAD San Cristobal de Patate existe un departamento de comunicación o algún lugar donde a usted le faciliten información sobre trabajos municipales?</p>	<p>El GAD de Patate debe implementar un departamento de comunicación para su socialización.</p>
<p>El estudio técnico nos habla sobre la comunicación y la gestión de como se debe enfocar.</p>	<p>La comunicación a implementar debe llegar a la mayor parte de la población urbana y rural para informar de la gestión municipal.</p>
<p>De acuerdo a la investigación realizada se llega a la conclusión que el GAD San Cristóbal de Patate falta compromiso en el desarrollo del cantón.</p>	<p>Realizar gestión de obras civiles el GAD de Patate dotando de servicios básicos al pueblo y así comprometiéndose en mejorar la calidad de vida de los patateños.</p>

6. REFERENCIAS

Bibliografía

- Aguas, F. (2018). *Incremento de vendedores ambulantes y su incidencia social y económica en el distrito metropolitano de Quito, aplicado a un modelo multivariante de regresión*. Sangolquí.
- Alcaldía del Gobierno Autónomo. (20 de junio de 2018). *Gobierno Autónomo Descentralizado de Patate*. Obtenido de <http://www.patate.gob.ec/index.php/gadpatate/mision-vision-valores>
- Alcaldía del Gobierno Autónomo. (20 de junio de 2018). *Gobierno Autónomo Descentralizado de Patate*. Ambato. Obtenido de <http://www.patate.gob.ec/index.php/gadpatate/mision-vision-valores>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (28 de diciembre de 2017). *Asociación de Municipalidades Ecuatorianas*. Obtenido de <http://ame.gob.ec/ec/2017/12/28/gad-patate-cierra-ano-2017-varias-obras-curso/>
- Caiza Valladares, E. A. (23 de mayo de 2014). *Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7883/1/FJCS-CS-356.pdf>
- Calle Pesántez, S. E. (2016). *dspace.ucuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25402/1/tesis.pdf>
- Carbonell, E. M. (2005). *La Administración anunciante: régimen jurídico de la publicidad institucional*. Thomson-Aranzadi, 2005.
- Definiciona. (2018). *Definiciona*. Obtenido de Ejecutar: <https://definiciona.com/ejecutar/>
- Díaz, L., & Cendales, D. C. (27 de enero de 2012). *Gestión pública y responsabilidad social empresarial en Chile*. Bogotá. Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3864/Gestion-publica-y-responsabilidad-social-empresarial-en-Chile-2-12.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, L., & Cendales, D. C. (27 de enero de 2012). *UTADEO*. Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3864/Gestion-publica-y-responsabilidad-social-empresarial-en-Chile-2-12.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- EAE, B. S. (28 de Octubre de 2015). *Cómo acertar con tu estrategia competitiva*. Obtenido de *Cómo acertar con tu estrategia competitiva*: <https://retos-directivos.eae.es/como-acertar-con-tu-estrategia-competitiva/>
- Egg, E. A. (18 de octubre de 2013). *e Blogger*. Obtenido de <http://tecnicasbasicasdeltrabajosocial2013.blogspot.com/2013/10/la-ejecucion-de-programas-de-trabajo.html>
- Egg, E. A. (18 de octubre de 2013). *e Blogger*. Obtenido de <http://tecnicasbasicasdeltrabajosocial2013.blogspot.com/2013/10/la-ejecucion-de-programas-de-trabajo.html>
- El telegrafo . (16 de julio de 2016). *el telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/el-reto-mancomunar-el-tratamiento-de-basura>
- Enrique, A. (2008). La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional. *Redalyc*.
- Espinoza Parra, G. K. (mayo de 2018). *Repositorio Universidad Tecnica de Ambato*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28215/1/FJCS-CS-533.pdf>
- Etimología. (julio de 2016). *Etimología*. Obtenido de obra: <http://etimologias.dechile.net/?obra>
- Etimología. (julio de 2016). *Etimología*. Obtenido de analizar: <http://etimologias.dechile.net/?ana.lisis>
- Etimología. (julio de 2016). *Etimología*. Obtenido de poblar: <http://etimologias.dechile.net/?poblacion>
- Etimología. (julio de 2016). *Etimología*. Obtenido de socializar.
- Etimologias. (julio de 2016). Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?comunicar>
- Etimologias. (julio de 2016). *Etimologias*. Obtenido de gestionar: <http://etimologias.dechile.net/?gestion>
- Etimologias. (julio de 2016). *Etimologías*. Obtenido de Incidencia: <http://etimologias.dechile.net/?incidencia>
- Figueras, M. S. (2000). *ciberconta*. Obtenido de <https://ciberconta.unizar.es/leccion/anamul/inicio.html>
- Fonseca, M. (2011). (L. Gaona Figueroa , Ed.) Obtenido de <https://espacioculturayarte.files.wordpress.com/2016/05/comunicacion-oral.pdf>
- Fonseca, M. (2011). *Comunicacion Oral y Escrita*. Mexico.

- GADM Patate. (29 de mayo de 2016). Obtenido de <https://patate.gob.ec/index.php/gadpatate/mision-vision-valores>
- Garica Jimenez, J. (1998). *tematik.com*. Obtenido de http://www.tematika.com/libros/negocios_y_cs_economicas--10/administracion--1/administracion_gral--1/la_comunicacion_interna--117133.htm
- global, C. (s.f.). *Comunicación Externa*. Obtenido de Comunicación Externa: <http://www.cglobal.com.ar/servicios/20comunicacion-institucional/comunicacion-externa/>
- Gonzales, H. (25 de agosto de 2016). *Calidad y Gestion*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/gap-analisis/>
- grafic, G. (30 de Marzo de 2017). *7 tipos de estrategias de posicionamiento de marca*. Obtenido de 7 tipos de estrategias de posicionamiento de marca: <https://grupographic.com/blog/7-tipos-de-estrategias-de-posicionamiento-de-marca/>
- Grijalva , A. A., & Palazuelos , I. (2016). *Question*. Obtenido de <https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3418/2876>
- Hair, J. (enero de 1999). *Analisis Multivariante*. Obtenido de Analisis Multivariante: https://www.researchgate.net/publication/31723825_Analisis_multivariante_JF_Hair_et_al_tr_por_Esme_Prentice_Diego_Cano
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (3 de Agosto de 1999). *Analisis Multivariante*. Obtenido de Analisis Multivariante: <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=AGRISUM.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expression=mf=000231>
- Huergo , J. (2003). Obtenido de <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadescargar/seminario4/huergo3.pdf>
- Huergo , J. (2003). *Los procesos de gestion*.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Innova, E. (s.f.). *Liderazgo en Costes* . Obtenido de Liderazgo en Costes : <http://www.formate-gratis.es/liderazgo-de-costes.html>
- La Hora. (13 de 09 de 2011). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101203982/patate-es-considerado-parac3adso-de-los-andes>
- La Hora. (13 de septiembre de 2011). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101203982/patate-es-considerado-parac3adso-de-los-andes>

- La Hora. (20 de noviembre de 2017). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102115383/alumbrado-publico-se-coloco-en-ambatillo>
- La Hora. (02 de marzo de 2018). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102139418/se-ejecuta-mantenimiento-vial-en-patate>
- La Hora. (26 de febrero de 2018). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102138448/problemas-en-el-cobro-de-impuestos-prediales-en-patate>
- León Corona, B. (diciembre de 2007). *La nueva gestión pública y el estilo personal de gobernar*. Obtenido de *La nueva gestión pública y el estilo personal de gobernar*: <http://www.redalyc.org/pdf/3050/305024744010.pdf>
- León Corona, B. (diciembre de 2007). *La nueva gestión pública y el nuevo estilo personal de gobernar*. Mexico. Obtenido de *La nueva gestión pública y el estilo personal de gobernar*.
- Loyola, M. I., & Von Sprecher, R. (abril de 2007). Obtenido de <https://www.mardelplata.gob.ar/documentos/ongs/gestioncenoc.pdf>
- Loyola, M. I., & Von Sprecher, R. (abril de 2007). *Capacitaciones de organizaciones de base*. Buenos Aires.
- Mantilla, F. (2010). *Investigación de Mercados*. Quito.
- Noguera Vivo, J. M. (2005). Gestión de la comunicación en las organizaciones. *Sistema de Información Científica Redalyc*, 4.
- Ossandon, F. (2018). *Chasqui*. Obtenido de <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1060/1089>
- Palermo, F. (s.f.). *El Marketing*. Obtenido de *El Marketing*: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/5818_5184.pdf
- Patate, G. (20 de Junio de 2018). *Reglamento orgánico funcional y por procesos del gad*. obtenido de *reglamento orgánico funcional y por procesos del gad*: <https://patate.gob.ec/index.php/concejo-cantonal/gaceta-oficial/ordenanzas-2018/809-organico-funcional-gadm-san-cristobal-de-patate-002/file>
- Perez, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos*. Obtenido de *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos*: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38747228/tc3a9cnica-de-anc3a1lisis-multivariable-spss.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1538429848&Si>

gnature=CaAOWp6LP9f3vtqUhQ89Xaw%2BdAI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3

- Pineda Téllez, O., & Mendoza, M. (2009). Obtenido de <https://www.equipopueblo.org.mx/publicaciones/publicaciones/descargas/INCIDENCIA.pdf>
- Pineda Téllez, O., & Mendoza, M. (2009). Incidencia en el desarrollo local. (L. Becerra Pozos, Ed.) *Instituto Nacional de Desarrollo Social*, 56-63. Obtenido de <https://www.equipopueblo.org.mx/publicaciones/publicaciones/descargas/INCIDENCIA.pdf>
- Pliscoff, C. (enero de 2008). Obtenido de <http://agendapublica.uchile.cl/n11/CristianPliscoff.pdf>
- Pliscoff, C. (enero de 2008). *Modernización de la Gestión Pública en el Primer Tiempo*. Chile . Obtenido de <http://agendapublica.uchile.cl/n11/CristianPliscoff.pdf>
- Puig, T. (2003). *La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos : somos una marca de servicios pública con propuestas innovadoras y un estilo entusiasta /*. Buenos Aires: Buenos Aires :. Paidós,. c2003. 189 p. : 21 cm. Edición ; 1a. ed.
- Salazar, M. A. (s.f.). *Abrapcorp*. Obtenido de http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt2/gt2_salazar.pdf
- Sánchez García, I. M. (5 de Mayo de 2007). *La nueva gestión pública: evolución y tendencias*. Obtenido de *La nueva gestión pública: evolución y tendencias*: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38727834/Garciasanchez_Nueva_Gestion_Publica-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1537476322&Signature=PiHK2YALZIXKvO7%2FR%2Fgi7eEPMII%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DGest
- Sanchez, M. (14 de 09 de 2018). *Metodo descriptivo*. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/2018/06/21/que-metodo-descriptivo-2457888>
- Sancho, J. (s.f.). Obtenido de <http://www.acmcb.es/files/425-3501-DOCUMENT/Sancho-9-14Maig12.pdf>
- Schramm. (6 de Julio de 1954). *La comunicacion*. Obtenido de *La comunicacion*.
- Thompson, I. (2007). Estrategias de Precios. *Promonegocios.net*.
- Villanueva, E. E. (2015). *dianet*. Obtenido de <file:///C:/Users/david/Downloads/Dialnet-RelacionEntreLaComunicacionInternaYLaAdministracio-6068738.pdf>
- Villanueva, E. E. (2015). *dianet*. Obtenido de <file:///C:/Users/david/Downloads/Dialnet-RelacionEntreLaComunicacionInternaYLaAdministracio-6068738.pdf>

- Zorraquino. (s.f.). *¿Qué es una estrategia de comunicación?* Obtenido de *¿Qué es una estrategia de comunicación?*: <https://www.zorraquino.com/diccionario/publicidad/que-es-estrategia-de-comunicacion.html>
- Aguas, F. (2018). *Incremento de vendedores ambulantes y su incidencia social y económica en el distrito metropolitano de Quito, aplicado a un modelo multivariante de regresión*. Sangolquí.
- Alcaldía del Gobierno Autónomo. (20 de junio de 2018). *Gobierno Autónomo Descentralizado de Patate*. Obtenido de <http://www.patate.gob.ec/index.php/gadpatate/mision-vision-valores>
- Alcaldía del Gobierno Autónomo. (20 de junio de 2018). *Gobierno Autónomo Descentralizado de Patate*. Ambato. Obtenido de <http://www.patate.gob.ec/index.php/gadpatate/mision-vision-valores>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (28 de diciembre de 2017). *Asociación de Municipalidades Ecuatorianas*. Obtenido de <http://ame.gob.ec/ec/2017/12/28/gad-patate-cierra-ano-2017-varias-obras-curso/>
- Caiza Valladares, E. A. (23 de mayo de 2014). *Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7883/1/FJCS-CS-356.pdf>
- Calle Pesántez, S. E. (2016). *dspace.ucuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25402/1/tesis.pdf>
- Carbonell, E. M. (2005). *La Administración anunciante: régimen jurídico de la publicidad institucional*. Thomson-Aranzadi, 2005.
- Definiciona. (2018). *Definiciona*. Obtenido de Ejecutar: <https://definiciona.com/ejecutar/>
- Díaz, L., & Cendales, D. C. (27 de enero de 2012). *Gestión pública y responsabilidad social empresarial en Chile*. Bogotá. Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3864/Gestion-publica-y-responsabilidad-social-empresarial-en-Chile-2-12.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, L., & Cendales, D. C. (27 de enero de 2012). *UTADEO*. Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3864/Gestion-publica-y-responsabilidad-social-empresarial-en-Chile-2-12.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- EAE, B. S. (28 de Octubre de 2015). *Cómo acertar con tu estrategia competitiva*. Obtenido de *Cómo acertar con tu estrategia competitiva*: <https://retos-directivos.eae.es/como-acertar-con-tu-estrategia-competitiva/>

- Egg, E. A. (18 de octubre de 2013). *e Blogger*. Obtenido de <http://tecnicasbasicasdeltrabajosocial2013.blogspot.com/2013/10/la-ejecucion-de-programas-de-trabajo.html>
- Egg, E. A. (18 de octubre de 2013). *e Blogger*. Obtenido de <http://tecnicasbasicasdeltrabajosocial2013.blogspot.com/2013/10/la-ejecucion-de-programas-de-trabajo.html>
- El telegrafo . (16 de julio de 2016). *el telégrafo*. Obtenido de <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/el-reto-mancomunar-el-tratamiento-de-basura>
- Enrique, A. (2008). La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional. *Redalyc*.
- Espinoza Parra, G. K. (mayo de 2018). *Repositorio Universidad Tecnica de Ambato*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28215/1/FJCS-CS-533.pdf>
- Etimología. (julio de 2016). *Etimología*. Obtenido de obra: <http://etimologias.dechile.net/?obra>
- Etimología. (julio de 2016). *Etimología*. Obtenido de analizar: <http://etimologias.dechile.net/?ana.lisis>
- Etimología. (julio de 2016). *Etimología*. Obtenido de poblar: <http://etimologias.dechile.net/?poblacion>
- Etimología. (julio de 2016). *Etimología*. Obtenido de socializar.
- Etimologias. (julio de 2016). Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?comunicar>
- Etimologias. (julio de 2016). *Etimologias*. Obtenido de gestionar: <http://etimologias.dechile.net/?gestion>
- Etimologias. (julio de 2016). *Etimologías*. Obtenido de Incidencia: <http://etimologias.dechile.net/?incidencia>
- Figueras, M. S. (2000). *ciberconta*. Obtenido de <https://ciberconta.unizar.es/leccion/anamul/inicio.html>
- Fonseca, M. (2011). (L. Gaona Figueroa , Ed.) Obtenido de <https://espacioculturayarte.files.wordpress.com/2016/05/comunicacion-oral.pdf>
- Fonseca, M. (2011). *Comunicacion Oral y Escrita*. Mexico.
- GADM Patate. (29 de mayo de 2016). Obtenido de <https://patate.gob.ec/index.php/gadpatate/mision-vision-valores>

- Garica Jimenez, J. (1998). *tematik.com*. Obtenido de http://www.tematika.com/libros/negocios_y_cs_economicas--10/administracion--1/administracion_gral--1/la_comunicacion_interna--117133.htm
- global, C. (s.f.). *Comunicaciòn Externa*. Obtenido de Comunicaciòn Externa: <http://www.cglobal.com.ar/servicios/20comunicacion-institucional/comunicacion-externa/>
- Gonzales, H. (25 de agosto de 2016). *Calidad y Gestion*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/gap-analisis/>
- grafic, G. (30 de Marzo de 2017). *7 tipos de estrategias de posicionamiento de marca*. Obtenido de 7 tipos de estrategias de posicionamiento de marca: <https://grupographic.com/blog/7-tipos-de-estrategias-de-posicionamiento-de-marca/>
- Grijalva , A. A., & Palazuelos , I. (2016). *Question*. Obtenido de <https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3418/2876>
- Hair, J. (enero de 1999). *Analisis Multivariante*. Obtenido de Analisis Multivariante: https://www.researchgate.net/publication/31723825_Analisis_multivariante_JF_Hair_et_al_tr_por_Esme_Prentice_Diego_Cano
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (3 de Agosto de 1999). *Analisis Multivariante*. Obtenido de Analisis Multivariante: <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=AGRISUM.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expression=mfn=000231>
- Huergo , J. (2003). Obtenido de <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadescargar/seminario4/huergo3.pdf>
- Huergo , J. (2003). *Los procesos de gestion*.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadisticas y Censos* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Innova, E. (s.f.). *Liderazgo en Costes* . Obtenido de Liderazgo en Costes : <http://www.formate-gratis.es/liderazgo-de-costes.html>
- La Hora. (13 de 09 de 2011). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101203982/patate-es-considerado-parac3adso-de-los-andes>
- La Hora. (13 de septiembre de 2011). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101203982/patate-es-considerado-parac3adso-de-los-andes>
- La Hora. (20 de noviembre de 2017). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102115383/alumbrado-publico-se-coloco-en-ambatillo>

- La Hora. (02 de marzo de 2018). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102139418/se-ejecuta-mantenimiento-vial-en-patate>
- La Hora. (26 de febrero de 2018). *Diario La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102138448/problemas-en-el-cobro-de-impuestos-prediales-en-patate>
- León Corona, B. (diciembre de 2007). *La nueva gestión pública y el estilo personal de gobernar*. Obtenido de La nueva gestión pública y el estilo personal de gobernar: <http://www.redalyc.org/pdf/3050/305024744010.pdf>
- León Corona, B. (diciembre de 2007). *La nueva gestión pública y el nuevo estilo personal de gobernar*. Mexico. Obtenido de La nueva gestión pública y el estilo personal de gobernar.
- Loyola, M. I., & Von Sprecher, R. (abril de 2007). Obtenido de <https://www.mardelplata.gob.ar/documentos/ongs/gestioncenoc.pdf>
- Loyola, M. I., & Von Sprecher, R. (abril de 2007). *Capacitaciones de organizaciones de base*. Buenos Aires.
- Mantilla, F. (2010). *Investigación de Mercados*. Quito.
- Noguera Vivo, J. M. (2005). Gestión de la comunicación en las organizaciones. *Sistema de Información Científica Redalyc*, 4.
- Ossandon, F. (2018). *Chasqui*. Obtenido de <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1060/1089>
- Palermo, F. (s.f.). *El Marketing*. Obtenido de El Marketing: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/5818_5184.pdf
- Patate, G. (20 de Junio de 2018). *Reglamento orgánico funcional y por procesos del gad*. Obtenido de Reglamento orgánico funcional y por procesos del gad: <https://patate.gob.ec/index.php/concejo-cantonal/gaceta-oficial/ordenanzas-2018/809-organico-funcional-gadm-san-cristobal-de-patate-002/file>
- Perez, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos*. Obtenido de Técnicas de Análisis Multivariante de Datos: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38747228/tc3a9cnica-de-anc3a1lisis-multivariable-spss.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1538429848&Signature=CaAOWp6LP9f3vtqUhQ89Xaw%2BdAI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3>

- Pineda Téllez, O., & Mendoza, M. (2009). Obtenido de <https://www.equipopueblo.org.mx/publicaciones/publicaciones/descargas/INCIDENCIA.pdf>
- Pineda Téllez, O., & Mendoza, M. (2009). Incidencia en el desarrollo local. (L. Becerra Pozos, Ed.) *Instituto Nacional de Desarrollo Social*, 56-63. Obtenido de <https://www.equipopueblo.org.mx/publicaciones/publicaciones/descargas/INCIDENCIA.pdf>
- Pliscoff, C. (enero de 2008). Obtenido de <http://agendapublica.uchile.cl/n11/CristianPliscoff.pdf>
- Pliscoff, C. (enero de 2008). *Modernización de la Gestión Pública en el Primer Tiempo*. Chile . Obtenido de <http://agendapublica.uchile.cl/n11/CristianPliscoff.pdf>
- Puig, T. (2003). *La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos : somos una marca de servicios pública con propuestas innovadoras y un estilo entusiasta /*. Buenos Aires: Buenos Aires :. Paidós,. c2003. 189 p. : 21 cm. Edición ; 1a. ed.
- Salazar, M. A. (s.f.). *Abrapcorp*. Obtenido de http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt2/gt2_salazar.pdf
- Sánchez García, I. M. (5 de Mayo de 2007). *La nueva gestión pública: evolución y tendencias*. Obtenido de *La nueva gestión pública: evolución y tendencias*: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38727834/Garciasanchez_Nueva_Gestion_Publica-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1537476322&Signature=PiHK2YALZIXKvO7%2FR%2FgI7eEPMII%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DGest
- Sanchez, M. (14 de 09 de 2018). *Metodo descriptivo*. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/2018/06/21/que-metodo-descriptivo-2457888>
- Sancho, J. (s.f.). Obtenido de <http://www.acmcb.es/files/425-3501-DOCUMENT/Sancho-9-14Maig12.pdf>
- Schramm. (6 de Julio de 1954). *La comunicacion*. Obtenido de *La comunicacion*.
- Thompson, I. (2007). Estrategias de Precios. *Promonegocios.net*.
- Villanueva, E. E. (2015). *dianet*. Obtenido de <file:///C:/Users/david/Downloads/Dialnet-RelacionEntreLaComunicacionInternaYLaAdministracio-6068738.pdf>
- Villanueva, E. E. (2015). *dianet*. Obtenido de <file:///C:/Users/david/Downloads/Dialnet-RelacionEntreLaComunicacionInternaYLaAdministracio-6068738.pdf>

Zorraquino. (s.f.). *¿Qué es una estrategia de comunicación?* Obtenido de ¿Qué es una estrategia de comunicación?: <https://www.zorraquino.com/diccionario/publicidad/que-es-estrategia-de-comunicacion.html>