



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA COMUNICACIÓN**

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO  
ESTRATEGIA PARA EL MANEJO DE CRISIS EN MEDIOS  
RADIALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD, DURANTE 2025.”**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:  
LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN**

**AUTORES:**

**ORRALA TUMBACO DANIA LISBETH**

**SANTOS MORA JIMMY STEVEN**

**TUTOR(A):**

**LIC. VILMA MARIBEL GARCÍA GONZÁLEZ. MSC**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2025**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**

**CARRERA COMUNICACIÓN**

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO  
ESTRATEGIA PARA EL MANEJO DE CRISIS EN MEDIOS  
RADIALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD, DURANTE 2025.”**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:  
LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN**

**AUTORES:**

ORRALA TUMBACO DANIA LISBETH

SANTOS MORA JIMMY STEVEN

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**SUB-LÍNEA:**

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

# ÍNDICE GENERAL

	DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD I	
	DEDICATORIA II	
	AGRADECIMIENTOS III	
	CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC	
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN IV	
	TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR V	
	RESUMEN I	
	INTRODUCCIÓN 3	
1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 6	
	1.1 Antecedentes del problema de investigación 6	
	1.2 Formulación del problema de investigación 9	
	1.2.1 Preguntas de investigación 10	
	1.3 Objetivos. 10	
	1.3.1 Objetivo general. 10	
	1.3.2 Objetivos específicos. 11	
	1.4 Justificación de la investigación. 11	
	1.5 Hipótesis 13	
	1.6 Variables 14	
	1.6.1 Comunicación Organizacional 14	
	1.6.2 Gestión de Crisis 14	
2.	MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL 15	
	2.1 Conocimiento actual. 15	
	2.2 Fundamentación teórica y Conceptual. 17	
	2.2.1 Teorías que sustentan la investigación. 17	
	2.2.2 Bases conceptuales 19	
	2.3 Marco Legal 26	
3.	MARCO METODOLÓGICO 29	
	3.1 Enfoque de investigación. 29	
	3.2 Tipo de investigación. 29	
	3.3 Diseño de investigación. 30	
	3.4 Alcance de la investigación. 30	
	3.5 Operacionalización de las variables 32	
	3.6 Población, muestra y periodo de estudio 35	
	3.6.1 Población 35	
	3.6.2 Muestra 36	
	3.6.3 Periodo de estudio 37	
	3.7 Técnicas e instrumentos de levantamiento de información 38	
	3.7.1 Encuesta 38	
	3.7.2 Entrevista 39	
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN 40	
	4.1 Análisis Cuantitativo: Encuesta 40	
	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
	4.2 Análisis Cualitativo: Entrevista 51	
5.	DISCUSIÓN 72	
	5.1 Discusión encuesta. 72	

5.2	Discusión de entrevistas.	73
6.	CONCLUSIONES	75
7.	RECOMENDACIONES	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		77
ANEXOS		80
Anexo I Árbol del Problema.		80
Anexo II Matriz de validación de instrumentos de investigación.		81
Anexo IV: Entrevistas a los periodistas de Radio Antena 3 91.7FM, Radio La Fiera 107.3 FM, Radio Amor 89.3 FM		104
Anexo V		106

## ÍNDICE DE TABLAS

**Tabla 1.** Matriz de Operacionalización<sup>32</sup>

**Tabla 2.** ¿Conozco el concepto de “crisis” en contexto de un medio radial?<sup>41</sup>

**Tabla 3.** ¿Mi emisora cuenta con protocolos o lineamientos que podrían aplicarse ante una crisis futura?<sup>42</sup>

**Tabla 4.** ¿El personal está consciente de su rol en caso de una eventual crisis?<sup>43</sup>

**Tabla 5.** ¿He recibido capacitación o entrenamiento sobre comunicación organizacional y manejo de crisis?<sup>44</sup>

**Tabla 6.** ¿Me siento preparado para participar en la gestión de una crisis si llegara a presentarse?<sup>45</sup>

**Tabla 7.** ¿Considero que los canales de comunicación internos (reuniones, mensajes internos) serían eficaces durante una crisis?<sup>46</sup>

**Tabla 8.** ¿Considero que los canales de comunicación externos (radio, redes sociales, página web) serían eficaces para informar a la audiencia?<sup>47</sup>

**Tabla 9.** ¿La planificación y coordinación interna son clave para una gestión exitosa de crisis?<sup>48</sup>

**Tabla 10.** ¿La emisora está suficientemente preparada para enfrentar posibles crisis en el futuro?<sup>49</sup>

**Tabla 11.** ¿Se podrían implementar mejoras para fortalecer la comunicación organizacional ante eventualidades?<sup>50</sup>

## ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 141**

**Figura 242**

**Figura 343**

**Figura 444**

**Figura 545**

**Figura 646**

**Figura 747**

**Figura 848**

**Figura 949**

**Figura 1050**

## INDICE DE CUADRO

**Cuadro 1.** Entrevista 1: Radio Antena 3 (91.7 FM)52

**Cuadro 2.** Entrevista 2: Radio La Fiera (107.3 FM)57

**Cuadro 3.** Entrevista 3: Radio Amor (89.3 FM)59

**Cuadro 4.** Matriz de respuesta y fundamentación teórica sobre la comunicación organizacional y el manejo de crisis en medios radiales.63

**Cuadro 5.** Entrevista a experta en comunicación organizacional y manejo de crisis66

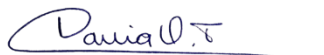
**Cuadro 6.** Matriz de Respuesta y fundamentación teórica.69

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **ORRALA TUMBACO DANIA LISBETH** con C.I. 2450036575 y **SANTOS MORA JIMMY STEVEN** con C.I. 0956732457 estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO ESTRATEGIA PARA EL MANEJO DE CRISIS EN MEDIOS RADIALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD, DURANTE 2025**, corresponde exclusiva responsabilidad de autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 31 de octubre, 2025

Atentamente,



**Orrala Tumbaco Dania Lisbeth**  
C.I. 2450036575



**Santos Mora Jimmy Steven**  
C.I. 0956732457

## DEDICATORIA

Dedico este logro, ante todo, a Dios, por ser mi guía, mi fortaleza y refugio en cada paso de este camino. A mis padres, Diana y Luis, y a mi hermana Adriana, por su amor incondicional, su apoyo inquebrantable y por los valores que me formaron como persona y profesional. A mis abuelitos Merizalde y Mercedes, que desde el cielo me acompañan y han sido luz y fuerza en cada momento de mi vida. Y a Priscila y Gabo, quienes, pese a la distancia, me ofrecieron su amistad sincera, su escucha atenta y su aliento cuando más los necesité. Gracias a todos ustedes, este sueño hoy se convierte en una hermosa realidad.

**Dania Lisbeth Orrala Tumbaco.**

Dedico este trabajo con todo mi cariño a mi familia, pilar fundamental en cada etapa de mi vida. A mis padres, por su amor incondicional, paciencia y esfuerzo, que me enseñaron el valor del trabajo, la constancia y la humildad. Gracias por creer siempre en mí y brindarme el apoyo necesario para alcanzar mis metas. A mis hermanos, por su comprensión, compañía y por ser una fuente constante de motivación para seguir adelante. Extiendo también esta dedicatoria a mis amigos, quienes, con su alegría, palabras de aliento y compañía estuvieron presentes en los momentos de cansancio y dificultad. Cada gesto, cada sonrisa y cada muestra de apoyo fueron un impulso invaluable para culminar este sueño. Esta tesis no solo representa mi esfuerzo personal, sino también el de todos ustedes, quienes me acompañaron con amor y fe a lo largo de este camino.

**Jimmy Steven Santos Mora.**

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haber sido mi guía y fortaleza a lo largo de este proceso. Expreso mi profundo reconocimiento a mis padres, Diana y Luis, y a mi hermana Adriana, cuyo ejemplo y enseñanzas en valores han contribuido decisivamente a la formación de la persona y profesional que soy hoy. Extiendo también mi gratitud a Priscila y Gabriel, quienes, pese a la distancia, me ofrecieron apoyo incondicional, escucha y aliento en los momentos más desafiantes; su amistad fue fundamental para alcanzar esta meta.

A mis compañeros y amigos surgidos en el camino Dayanara, Jimmy, Isaad, gracias por su compañía y respaldo durante esta etapa académica.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, institución que acogió mi formación durante ocho semestres, le expreso mi reconocimiento. De igual manera, manifiesto mi sincero agradecimiento a nuestra docente tutora del proyecto de titulación, Lic. Vilma Maribel García, MSc., por compartir sus conocimientos y orientación a lo largo de este proceso formativo.

**Dania Lisbeth Orrala Tumbaco.**

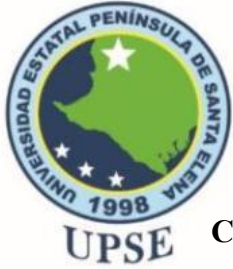
Agradezco profundamente a Dios por otorgarme la fortaleza, la sabiduría y las oportunidades que hicieron posible llegar a este momento. Reconozco que, sin Su guía y bendición, este logro no habría sido alcanzado.

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi familia por su apoyo incondicional, por la confianza depositada en mis capacidades y por acompañarme con amor durante los momentos más desafiantes de este proceso. A mis amigos, quienes se convirtieron en una segunda familia, les extiendo mi gratitud por sus palabras de aliento, por las risas compartidas y por ayudarme a mantener la motivación incluso en los días más complejos.

De igual manera, manifiesto mi agradecimiento a mis docentes, cuyo compromiso académico y dedicación contribuyeron de manera significativa a mi formación profesional y personal.

En especial, expreso mi reconocimiento a la Lic. Vilma Maribel García González, MSc., por su orientación, acompañamiento y valiosos aportes durante el desarrollo del proyecto de titulación. Sus enseñanzas han dejado una huella trascendental en mi crecimiento académico. Finalmente, extiendo mi gratitud a todas las personas que, de una u otra forma, fueron parte de este camino. Su apoyo y presencia han sido esenciales para alcanzar este importante objetivo en mi vida.

**Jimmy Steven Santos Mora.**



## FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

### CARRERA DE COMUNICACIÓN

#### CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 31 de octubre del 2025

Lic. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr.  
**Director de la Carrera de Comunicación- UPSE**

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que la estudiante **Dania Lisbeth Orrala Tumbaco** con número de cédula **2450036575** y el estudiante **Jimmy Steven Santos Mora** con número de cédula **0956732457** han cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“Comunicación Organizacional como estrategia de manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad, durante el año 2025.”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

*“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”*

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de los autores, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Docente tutora**  
**Trabajo Integración Curricular II**  
Correo Institucional: vgarciag@upse.edu.

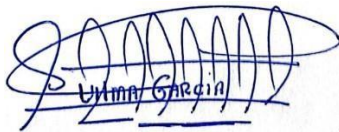
**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



Lic. Gerzon Cochea Panchana, MSc.  
MSc.  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



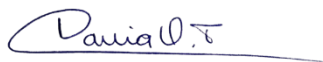
Lic. María Isabel Posligua Quinde,  
**DOCENTE GUÍA DE LA  
CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**



Ing. Paola Cortéz Clavijo  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Orrala Tumbaco Dania Lisbeth.  
**ESTUDIANTE**



Santos Mora Jimmy Steven  
**ESTUDIANTE**

# **La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad, durante 2025.**

Orrala Tumbaco Dania Lisbeth  
Código Orcid (1) 0009-0003-8796-4696

Santos Mora Jimmy Steven  
Código Orcid (1) 0000-0002-5247-6516

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

## **RESUMEN**

*La presente investigación analiza cómo la comunicación organizacional puede ser empleada como estrategia para el manejo de crisis en los medios radiales del cantón La Libertad durante el año 2025. El estudio parte de la necesidad de fortalecer los procesos comunicativos internos y externos de las emisoras locales para garantizar su sostenibilidad institucional y credibilidad ante la audiencia. El objetivo general consistió en analizar el papel de la comunicación organizacional en la gestión de crisis, complementado con tres objetivos específicos orientados a identificar tácticas, evaluar su influencia en la confianza del público y determinar las estrategias más efectivas para la recuperación de la imagen institucional. La metodología aplicada tuvo un enfoque mixto, combinando encuestas a trabajadores de seis emisoras con entrevistas a directivos y especialistas, bajo un diseño no experimental, descriptivo y correlacional. Los resultados evidenciaron que, aunque las radios poseen nociones básicas sobre comunicación organizacional, persisten debilidades en la aplicación de protocolos y en la capacitación del personal. Se concluye que una comunicación interna sólida, acompañada de liderazgo y planificación estratégica, permite responder con eficacia ante las crisis, fortaleciendo la reputación institucional y consolidando la confianza del público en los medios radiales locales.*

**Palabras Clave:** *Comunicación Organizacional; Comunicación Interna; Manejo de Crisis; Canales de comunicación; herramientas claves.*

## **Organizational Communication as a strategy for crisis management in radio media in the La Libertad Canton, during 2025.**

### *ABSTRACT*

*This research analyzes how organizational communication can be used as a crisis management strategy in radio stations in the La Libertad canton during 2025. The study stems from the need to strengthen the internal and external communication processes of local radio stations to guarantee their institutional sustainability and credibility with the audience. The general objective was to analyze the role of organizational communication in crisis management, complemented by three specific objectives aimed at identifying tactics, evaluating their influence on public trust, and determining the most effective strategies for restoring the institutional image. The methodology employed a mixed-methods approach, combining surveys of employees from six radio stations with interviews of managers and specialists, under a non- experimental, descriptive, and correlational design. The results showed that, although the radio stations possess basic knowledge of organizational communication, weaknesses persist in the application of protocols and in staff training. It is concluded that solid internal communication, coupled with leadership and strategic planning, allows for an effective response to crises, strengthening institutional reputation and consolidating public trust in local radio stations.*

**Keywords:** *Organizational Communication; Internal Communication; Crisis Management; Communication Channels; Key Tools.*

## INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional representó un eje estratégico para el fortalecimiento de la identidad institucional y la sostenibilidad de los medios radiales en contextos de crisis. En una era marcada por la posverdad, la desinformación y la pérdida de credibilidad de los medios, las emisoras del cantón La Libertad enfrentaron diversos desafíos que afectaron su imagen pública y la confianza de sus audiencias. En ese sentido, la comunicación dejó de ser únicamente una herramienta operativa para convertirse en un proceso estratégico que permitió coordinar acciones, prevenir conflictos y mantener la coherencia institucional ante escenarios adversos.

El problema que motivó esta investigación se centró en la limitada aplicación de estrategias comunicacionales dentro de las radios locales, muchas de las cuales respondían de forma improvisada ante situaciones críticas, careciendo de protocolos definidos y de personal capacitado para actuar de manera planificada. Por ello, la investigación se justificó en la necesidad de analizar la comunicación organizacional como estrategia efectiva para el manejo de crisis, contribuyendo al fortalecimiento institucional de los medios radiales y beneficiando tanto a su personal interno como a la comunidad receptora de la información.

El objetivo general de la investigación fue analizar la comunicación organizacional como estrategia para el manejo de crisis en los medios radiales del cantón La Libertad durante 2025. Este propósito orientó el desarrollo de una metodología con enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. En la fase cuantitativa se aplicaron encuestas a trabajadores, periodistas, locutores y personal administrativo de seis emisoras del cantón; mientras que en la fase cualitativa se realizaron entrevistas semiestructuradas a directivos y expertos en comunicación. El diseño fue no experimental, descriptivo y

correlacional, permitiendo establecer relaciones entre la gestión comunicacional interna y la efectividad institucional durante crisis.

**CAPÍTULO I:** En este capítulo se presentó el contexto comunicacional del cantón La Libertad, evidenciando que las emisoras locales enfrentaban crisis de diversa índole — técnicas, reputacionales y comunicacionales— que ponían en riesgo su credibilidad. Se plantearon las preguntas de investigación, los objetivos generales y específicos, y la hipótesis principal que sostuvo que la comunicación organizacional mejora la efectividad del manejo de crisis.

Además, se expuso la justificación del estudio y se destacó la importancia de implementar estrategias de comunicación que fortalezcan la transparencia y la confianza del público.

**CAPÍTULO II:** El segundo capítulo desarrolló los fundamentos conceptuales y teóricos que sustentaron la investigación. Se analizaron teorías relevantes como la Teoría de la Comunicación de Crisis Situacional de Coombs, el Modelo de Gestión de Crisis de Burnett y la Teoría de Reparación de Imagen de Benoit. Asimismo, se abordaron conceptos clave sobre comunicación interna y externa, liderazgo comunicacional, reputación institucional y estrategias de crisis. Este marco permitió comprender cómo las prácticas comunicacionales bien estructuradas fortalecen la respuesta institucional y la sostenibilidad de las emisoras frente a escenarios críticos.

**CAPÍTULO III:** En el tercer capítulo se describió el enfoque metodológico mixto, utilizado para obtener una visión integral del fenómeno estudiado. El enfoque cuantitativo permitió recolectar datos estadísticos mediante encuestas aplicadas a 28 trabajadores de seis emisoras locales, mientras que el enfoque cualitativo se basó en entrevistas a directivos y un especialista en comunicación organizacional. Este diseño no experimental, descriptivo y

correlacional permitió examinar las relaciones entre las variables “comunicación organizacional” y “manejo de crisis”. Además, se detalló la población, muestra, técnicas e instrumentos de investigación, así como el periodo y el procedimiento de recolección de datos.

**CAPÍTULO IV:** El cuarto capítulo presentó los resultados de las encuestas y entrevistas. Se evidenció que, aunque la mayoría de las emisoras comprendía el concepto de crisis y contaba con ciertos lineamientos básicos, existían deficiencias en la aplicación de protocolos y en la capacitación del personal. Los datos mostraron que el 75 % del personal se consideraba preparado para afrontar una crisis, pero un porcentaje importante mantenía una percepción neutral o de desconocimiento. La discusión contrastó estos resultados con las teorías de Coombs y Benoit, confirmando que una comunicación planificada mejora la capacidad de respuesta, mientras que la improvisación incrementa los riesgos reputacionales.

**CAPÍTULO V:** En este último capítulo se concluyó que la comunicación organizacional fue determinante para la gestión de crisis en los medios radiales del cantón La Libertad. Las emisoras que contaban con liderazgo comunicacional, planificación estratégica y protocolos definidos respondieron con mayor eficacia ante situaciones críticas, fortaleciendo su imagen institucional y la confianza del público. Se recomendó la elaboración de un plan integral de comunicación de crisis, la capacitación continua del personal, la actualización de los protocolos internos y la consolidación de una cultura comunicacional preventiva.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Antecedentes del problema de investigación

Análisis de Dircom España (2025). sobre la gestión estratégica de crisis y reputación donde resalto la necesidad de diferenciar entre crisis de comunicación y crisis reputacionales, ya que cada una requiere enfoques distintos. La investigación concluyó que la eficacia en la comunicación organizacional depende de una correcta identificación del tipo de crisis y de la implementación de estrategias acordes a cada situación Este aporte enriquece la investigación porque permite aplicar esa distinción a los medios radiales del cantón La Libertad, que también enfrentan escenarios diversos donde la comunicación puede definir la sostenibilidad de su imagen institucional.

La investigación desarrollada por FLACSO Andes (2014)“Organizacional e Crises: cuestionando políticas y revendo perspectivas”, examina la manera en cómo la comunicación organizacional se adapta en situaciones de crisis y como esto a su vez redefine la relación entre las organizaciones y los medios. El estudio demostró que las crisis obligan a repensar las estrategias tradicionales en una organización y que requieren de más flexibilidad y adaptación en los procesos de comunicación. Dicha información nos brinda un marco teórico útil para nuestro proyecto, puesto que contribuye a comprender la manera en que los medios de comunicación locales deberían cambiar sus dinámicas comunicativas para conservar la confianza de la comunidad cuando enfrenten crisis sean estas sociales o institucionales.

En el informe titulado “Diagnóstico y estrategia de comunicación interna de la Dirección General de Radiodifusión y Televisión Nacional (DGRTN) en el marco de la

crisis de salud del COVID-19” nos indica Alvizures Escobar (2020) “La aparición del COVID-19 evidenció que la falta de un canal de comunicación interna y de comunicación formal propició desconfianza, desvinculo y poca credibilidad con las acciones del jefe del departamento.” (p. 87). Lo que nos muestra que la llegada del coronavirus en marzo de 2020 obligó a implementar medidas improvisadas, pero esto sin una guía que orientara la gestión de la crisis. Esta falta de preparación frente a emergencias, evidencia vulnerabilidades en la administración y operación de la institución.

Sobre el manejo de crisis, a nivel nacional encontramos el trabajo realizado por Menéndez Jurado (2025) titulado “Gestión de imagen corporativa de Radio Sono Onda y San Gregorio Radio” donde se analizó la gestión de imagen corporativa de dos estaciones radiales, por un lado, Radio “Sono Onda” y por otro “San Gregorio” medio radial en Portoviejo. La metodología utilizada en dicho trabajo de investigación fue el de observación en donde en complemento con la documentación y análisis, mediante el uso de instrumentos de recolección de datos como lo son las encuestas y entrevistas lograron destacar la relevancia e importancia que tiene el mantener una buena imagen corporativa de manera sólida para así obtener un buen posicionamiento entre los medios radiales de su entorno. Esta investigación nos permite tener una idea de cómo pueden los medios radiales del cantón la Libertad cuidar o mantener limpia su imagen corporativa dentro del mercado, sin embargo, podría realizarse un análisis más profundo para tener conocimiento.

Es importante destacar que Vahos Zuleta (2018) en su nota técnica titulada “¿Cómo gestionar una crisis reputacional?” busca como objetivo principal la

identificación de aquellos métodos prácticos para el manejo de crisis de manera reputacional. En donde se llevó a cabo la búsqueda de información tanto primaria y secundaria, lo que dio como resultados la definición de mecanismos esenciales lo que permitió cumplir con su objetivo, esta investigación también nos brinda información sobre la conceptualización de los términos reputación corporativa y la importancia y relevancia que tiene la misma dentro de una empresa o administración. Es por lo que consideramos importante destacar ya que de la misma manera puede hacer referencia a los medios radiales.

En un análisis sobre la vigencia y aplicación del Modelo de Propaganda de Herman y Chomsky en el contexto de las protestas ocurridas en Ecuador en octubre de 2019, a raíz de la imposición del Decreto 883 que liberalizó el precio de los combustibles. Casado Gutiérrez (2020) "los medios silenciaron aquellos aspectos que pudieran dejar en evidencia las falencias de las medidas o los perjudicados por estas, y se centraron en visibilizar la lucha contra el contrabando de combustible." (p. 14). Éste es un análisis que comprueba la relevancia del (MP) Modelo de Propaganda en el Ecuador de 2019, enfocándose en el papel de los medios de comunicación durante un conflicto social de gran impacto tanto económico como político.

Caiche Vera y García González (2022), en su trabajo titulado "Comunicación de crisis: gestión de la comunicación organizacional en el GAD del cantón Santa Elena, durante la emergencia sanitaria", destacan que la ausencia de transparencia, claridad y oportunidad en las comunicaciones institucionales puede socavar la confianza del ciudadano. Los autores demuestran que una comunicación fluida y continua posibilita sostener la credibilidad y manejar de manera eficiente las circunstancias críticas. Este

antecedente es importante para este estudio porque refleja cómo el uso estratégico de la comunicación organizacional en el contexto local contribuye al fortalecimiento de la imagen institucional, como un aprendizaje para los medios radiales del cantón La Libertad, que también debe enfrentar escenarios de crisis similares.

En su estudio “Propuesta de un plan de comunicación para situaciones de crisis en la EMAC” (Espinoza Mora, 2023) sugiere la creación de planes de comunicación organizados que faciliten una respuesta rápida ante las posibles emergencias. Esta contribución es importante para nuestro trabajo actual, pues evidencia que disponer de una planificación en sentido comunicativo que sea adecuado puede de tal manera prevenir la actuación improvisada y fortalecer así la respuesta de la organización, actuando como guía para los medios radiales del cantón La Libertad las cuales buscan mejorar su gestión de crisis.

## **1.2 Formulación del problema de investigación**

Actualmente los medios radiales en el cantón La Libertad se enfrentan a varios desafíos provocados por crisis que pueden ser estas (técnicas, reputacionales, comunicacionales o sociales) Estas circunstancias amenazan su credibilidad, confianza del público y la sostenibilidad de la imagen de la institución. Sin embargo, a pesar de la relevancia de las emisoras radiales como agente de comunicación local, muchas no cuentan con estrategias definidas para el manejo de crisis y se basa en reacciones espontáneas. Esta circunstancia aumenta la susceptibilidad de dichos medios radiales frente a rumores, problemas de transmisión, controversias públicas o información errónea propalada en entornos digitales.

En este contexto, es necesario entender hasta que grado los procesos de la comunicación organizacional afectan la habilidad de los medios radiales para manejar crisis eficazmente, previniendo la pérdida de credibilidad y garantizando que se mantengan como fuentes informativas relevantes en la comunidad.

¿De qué manera la comunicación organizacional puede ser utilizada como estrategia para el manejo de crisis en los medios radiales del cantón La Libertad, durante el año 2025?

### **1.2.1 Preguntas de investigación**

- ¿Qué prácticas y tácticas de comunicación organizacional implementan los medios radiales del cantón La Libertad para enfrentar situaciones de crisis?
- ¿Cómo influyen la comunicación organizacional en la percepción y confianza de la audiencia durante los periodos de crisis en los medios radiales?
- ¿Qué estrategias de comunicación organizacional resultan más efectivas para garantizar la sostenibilidad y reputación de la imagen de las radios tras una crisis?

### **1.3 Objetivos.**

#### **1.3.1 Objetivo general.**

- Analizar la comunicación organizacional como estrategia para el manejo de crisis de los medios radiales del cantón La Libertad, durante 2025, con el fin de fortalecer su capacidad de respuesta y sostenibilidad institucional.

### **1.3.2 Objetivos específicos.**

- Identificar las prácticas y tácticas de comunicación organizacional utilizadas por los medios radiales del cantón La Libertad para reconocer su aporte en el manejo de crisis.
- Examinar la influencia de la comunicación organizacional en la percepción y confianza de la audiencia de los medios radiales del cantón la libertad para determinar su impacto en el contexto de crisis.
- Evaluar las estrategias de comunicación organizacional aplicadas en los medios radiales del cantón La Libertad para establecer cuáles son las más efectivas en la recuperación de su imagen institucional tras una crisis.

### **1.4 Justificación de la investigación.**

Los medios radiales son actores centrales en la construcción de opinión pública y en la transmisión de información confiable a la comunidad, sin embargo, su credibilidad puede verse amenazada ante crisis internas (fallas técnicas, errores comunicativos) o externas (desinformación, polémicas sociales). Analizar la comunicación organizacional como estrategia para afrontar estas situaciones resulta fundamental, ya que permite garantizar la estabilidad y sostenibilidad de las emisoras en escenarios de incertidumbre.

En el cantón La Libertad se evidencia la falta de planes estructurados de comunicación organizacional orientados a la gestión de crisis. Muchos medios locales carecen de protocolos de acción frente a emergencias, lo que provoca improvisación y pérdida de confianza en la audiencia. Esta investigación es necesaria porque busca llenar ese vacío y proponer herramientas aplicables a la realidad local.

La comunicación organizacional, entendida como proceso estratégico y no solo

operativo (Pérez Coll, 2017) adquiere relevancia en momentos de crisis porque fortalece la cohesión interna, facilita la toma de decisiones y mantiene la confianza en los públicos externos. Su estudio en los medios radiales locales permitirá evidenciar cómo la teoría se aplica en un contexto concreto, contribuyendo a la generación de conocimiento en el ámbito académico y profesional. (p. 17).

Este tema es pertinente porque responde a un contexto actual donde las crisis reputacionales, comunicacionales o técnicas son cada vez más frecuentes y complejas. Según (Coombs, 2007) y su teoría situacional de la Comunicación de crisis (SCCT), las organizaciones deben adaptar sus estrategias comunicacionales según el tipo de crisis, lo cual se ajusta directamente a la realidad de los medios radiales del cantón La Libertad.

Se espera que los hallazgos de este estudio posibiliten que las emisoras locales fortalezcan sus prácticas comunicativas y adopten tácticas más eficaces para la gestión de crisis. Se espera que, en términos sociales, la audiencia confíe más en dichos medios y los considere más creíbles.

Los beneficiarios de nuestro estudio son el personal directo de los medios radiales del cantón incluidos locutores, periodistas, directivos y personal administrativo, quienes mejoraran sus estrategias en relación a la comunicación organizacional y el manejo de crisis, indirectamente las audiencias locales se benefician al ellos recibir información un poco más clara y oportuna en situaciones ligadas a crisis, esto contribuye al fortalecimiento de la confianza y las relaciones entre los medios y su público.

Hay estudios anteriores sobre la comunicación organizacional y la gestión de crisis a nivel nacional e internacional como lo son (FLACSO Andes, 2014) (Dircom, 2025) (Martínez Solana & Túñez-López, La gestión de la comunicación de crisis, 2021), sin embargo, son pocos los que se centran en las emisoras de radio a nivel local en nuestro cantón. La originalidad de encuentra en aplicar la teoría a un contexto específico,

haciendo visibles las dinámicas de comunicación propias de los medios locales.

El estudio muestra una gran aplicabilidad y factibilidad, dado que sus descubrimientos podrán ser aplicados directamente en la creación de protocolos comunicativos en crisis para estaciones de radio a nivel local, en la formación del personal y el desarrollo de planes estratégicos con relación a la comunicación organizacional. Su ejecución es factible, dado que se cuenta con acceso a las emisoras del cantón La Libertad, con los recursos metodológicos necesarios, como encuestas y entrevistas, así como el tiempo suficiente durante el año 2025. Además, el enfoque local de estudio facilita la recolección de información y asegura resultados concretos y aplicables a los medios radiales de la localidad.

El estudio tiene una dimensión científica y social, ya que, desde el ámbito científico contribuirá al fortalecimiento del campo de la comunicación organizacional en contextos de crisis, ampliando su aplicabilidad en medios radiales locales y sirviendo como base para futuras indagaciones comparativas en otros cantones o medios; mientras que, desde el ámbito social, permitirá que la comunidad del cantón La Libertad cuente con radios más confiables y responsables en situaciones adversas, fortaleciendo el vínculo social y la confianza ciudadana.

### **1.5 Hipótesis**

La implementación de la comunicación organizacional como estrategia en los medios radiales del cantón La Libertad durante 2025 mejora significativamente la efectividad en el manejo de crisis, promoviendo una información más clara y oportuna y confiable para la audiencia. En que se gestiona la comunicación organizacional dentro de los medios radiales del cantón La Libertad guarda una relación significativa con su capacidad para enfrentar y manejar escenarios de crisis.

## **1.6 Variables**

### **1.6.1 Comunicación Organizacional**

(Trelles Rodríguez , 2004) expresa que la Comunicación Organizacional puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos y al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes.

### **1.6.2 Gestión de Crisis**

Para (Matías & Cardoso, 2023) el manejo de crisis es el proceso mediante el cual una organización identifica, evalúa y responde de manera eficaz a un evento inesperado que genera una amenaza significativa para los intereses y expectativas de sus stakeholders. Este evento puede afectar gravemente su funcionamiento, reputación y resultados. La gestión adecuada de la crisis implica comunicación transparente, acciones rápidas y estrategias coordinadas para minimizar daños. Además, busca restablecer la confianza y asegurar la continuidad operativa, protegiendo los recursos y valores fundamentales de la organización.

## **2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

### **2.1 Conocimiento actual.**

#### **Comunicación Organizacional**

La Comunicación Organizacional constituye un eje fundamental para el fortalecimiento de la identidad institucional y la coordinación de procesos estratégicos. De acuerdo con (Coll, 2017), los factores que inciden en este tipo de comunicación abarcan los canales utilizados, la claridad de los mensajes, la participación de los colaboradores y la existencia de retroalimentación constante. La gestión apropiada de estos factores favorece la creación de un entorno organizacional sólido, lo cual, a su vez, tiene un impacto en la habilidad de las instituciones para así reaccionar oportunamente ante situaciones críticas. Así la falta de flujos internos evidentes provoca desinformación y de la misma manera puede intensificar el impacto de circunstancias críticas. Por lo tanto, una comunicación interna robustecida no solo asegura la unidad institucional, sino que transforma además en un recurso esencial para gestionar crisis en medios de comunicación radial.

Según (Valle Flores, 2005) la comunicación organizacional tiene que ser concebida como un sistema integral que vincula procedimientos (administrativos, sociales y tecnológicos) dentro de las instituciones. Esta perspectiva hace posible entender que la comunicación no es simplemente un medio para transferir información, sino un procedimiento estratégico que influye en la creación de la cultura de una organización y en cómo se toman decisiones de manera colectiva. Por lo que, en situaciones de crisis, esta perspectiva sistemática adquiere más importancia, ya que si no hay estrategias de comunicación se rompen los vínculos entre la organización y su público. En el caso de los medios radiales, adoptar un modelo de

comunicación organizacional sólido favorece la credibilidad ante la audiencia y constituye una herramienta indispensable para reducir la incertidumbre durante emergencias o crisis informativas.

El vínculo entre comunicación, cultura institucional y gestión del cambio ha sido analizado por, quienes destacan que los procesos comunicativos son determinados para consolidar la identidad de las organizaciones en contextos dinámicos y desafiantes. La comunicación es el medio que permite expresar y reforzar así la cultura organizacional, que se define como el grupo de creencias, valores y normas compartidas, la cultura organizacional determina como se toman decisiones y como se comunican mensajes al exterior cuando las instituciones atraviesan crisis, lo que vuelve a esta relación crucial. Así una gestión de comunicación que sea consiente con la cultura organizacional institucional no solo ayuda a sostener la confianza de las audiencias internas y externas, sino que además hace más fácil llevar a cabo los cambios necesarios para sobre pasar situaciones críticas en medios radiales.

### **Manejo de crisis**

Para las instituciones, manejar la comunicación en circunstancias de crisis es un reto, sobre todo cuando la falta de transparencia y control provoca que se pierda credibilidad. (Martínez Solana & Túñez-López, La gestión de la comunicación de crisis, 2021) sostienen que la carencia de orientaciones claras produce entropía comunicativa, lo que implica desconfianza y desorganización entre los públicos internos y externos. En el ámbito de los medios de comunicación esta entropía se manifiesta en (información incompleta silencios prolongados o notificaciones contradictorias) las cuales afectan a la seguridad ciudadana.

Ante esta situación, una gestión comunicacional efectiva que facilite la coherencia del mensaje institucional genere confianza y minimice la incertidumbre en contextos analíticos.

En el ámbito de los medios radiales, disponer de un plan organizado de comunicación de crisis de vuelve un recurso esencial para asegurar la continuidad comunicativa y mantener la validez ante el público.

En la investigación de (Julián Marx, 2018) sobre las tácticas comunicativas de los medios durante el huracán Harvey en Estados Unidos destaca la relevancia de respuestas rápidas y eficaces en situaciones de emergencia, los autores señalaron que la difusión de fuentes locales confiables, la amplificación de mensajes institucionales y la comunicación directa con la ciudadanía resulto ser una estrategia clave para guiar a la población impactada.

Estos hallazgos muestran que, en situaciones críticas, los medios se convierten en un canal estratégico para garantizar la circulación de información clara y verificada. En el contexto de los medios radiales del cantón la libertad, aplicar estas estrategias permitiría no solo gestionar mejor los momentos de crisis, sino también posicionarse como referentes de confianza y credibilidad en la comunidad.

## **2.2 Fundamentación teórica y Conceptual.**

### **2.2.1 Teorías que sustentan la investigación.**

#### **Teoría de la comunicación de crisis situacional**

Al hablar de la Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales podemos citar varias teorías que guardan relación con el mismo

empezando “Teoría de la comunicación de crisis situacional” de Timothy Coombs,

Esta teoría citada por (García Ponce & Smolak Lozano, 2013), demuestra la percepción que tiene Coombs ante este tema puesto que, para él, siempre la respuesta ante una crisis se ajusta a la solución que presta dicha organización frente a este tipo de situaciones y la amenaza que sufre la percepción pública de la misma.

Por lo que se considera a esta teoría como una ayuda a los encargados de manejar y gestionar situaciones relacionadas a el manejo de crisis ya que les permite mediante el conocimiento de su teoría elegir las mejores estrategias para obtener una solución favorable según sea su situación.

### **Modelo de Gestión de Crisis**

Es importante que en cualquier organización se sepa reconocer las etapas de una crisis que pueda surgir, para de este modo poder saber cómo actuar frente a ellas es por eso por lo que, otra teoría que podemos citar en nuestro trabajo es la que nos presenta Burnett “Modelo de Gestión de Crisis” el cual dividió o clasificó de tres etapas (identificación, enfrentamiento y reconfiguración).

De la misma manera (Marker, 2020) hace referencia a dicha teoría en donde nos explica cada uno de los pasos mencionados anteriormente “La preparación para una crisis implica establecer objetivos y analizar el entorno de amenazas. Luego, los gerentes formulan una estrategia ante una crisis, y la organización responde a la crisis mediante la implementación de la estrategia y el control estratégico”.

Esta teoría o modelo nos muestra cómo se puede tratar en tres etapas o pasos una situación de crisis en una organización, lo que permite tener una idea de cómo actuar frente a ellas de manera correcta.

## **Teoría de reparación o restauración de imagen**

Si bien es cierto para toda organización es importante contar con una buena percepción del público, sin embargo, la misma se ve afectada cuando se enfrentan crisis es por ello por lo que deben conocer también como cuidar de esa imagen o protegerla, para lo cual citaremos la teoría de reparación o restauración de imagen por Benoit.

Por su parte (Benoit, 2019) nos muestra la “Teoría de reparación o restauración de imagen” en la que hace referencia a que “la imagen es muy importante tanto para las personas como para las organizaciones (incluyendo corporaciones, universidades y gobiernos) porque la reputación afecta el trato que reciben.” Por lo que consideramos que dicha teoría nos muestra de otra perspectiva, cómo se debe actuar frente a situaciones de crisis ya que de esta manera las organizaciones pueden saber cómo proteger, recuperar y de la misma manera mantener su reputación y credibilidad frente a una crisis o daño en la imagen pública de la misma.

### **2.2.2 Bases conceptuales**

#### **Comunicación Interna**

Es importante destacar que una comunicación interna efectiva es imprescindible ya que: (Hena, 2019)

“el bienestar de los empleados es un tema relevante para la organización, y la comunicación como proceso constructivo promueve la comprensión y adaptación de todo el personal al entorno corporativo” (p. 14). factor que influye en el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales sin embargo es importante destacar también la importancia de la comunicación externa en donde interviene el público objetivo de cada organización para

conocer la percepción pública que se tiene de la misma.

Tal como sostiene (Montaño, 2017) la misma es imprescindible e importante herramienta que favorece a la productividad de la organización, ésta se convierte para los dirigentes de las organizaciones en una herramienta esencial para dar a conocer a los empleados que tienen una verdadera cultura y compromiso corporativo y lograr llegar a un éxito empresarial. Es por ello que entendemos que la comunicación interna es esencial en una organización en este caso un medio de comunicación, ya que permitirá que se establezca una buena relación entre quienes conforman dicha organización de manera interna y que la misma se vea reflejada hacia el público.

### **Comunicación Externa**

Desde el punto de vista de Finocchietti (2016) “la comunicación externa es una herramienta fundamental para mejorar y reforzar la comunicación establecida entre los públicos existentes y aquellos que se generarán.” (p. 3).

Por otro lado, Portillo Ríos (2012) nos indica que la comunicación externa es la que indica que se debe informar y transmitir la información es decir trabajar de manera bidireccional, de manera que evidencie aquellas ventajas en sentido de calidad y durabilidad y con ello otros aspectos relevantes (p. 6). De este modo, se reconoce que tanto la comunicación interna como la externa desempeñan un papel fundamental, pues no basta con fortalecer las relaciones entre los miembros de la organización; es igualmente necesario proyectar esa comunicación hacia el exterior y mantener un vínculo efectivo con la audiencia del medio.

### **Estrategia de Crisis**

(Godoy Martín, 2022) citando a (Westphalen & Piñuel, 1993) existen varios tipos de estrategias a aplicar en medio de crisis (de silencio, negación, transferencia de responsabilidades y de confesión).

Por un lado, la estrategia de silencio que básicamente hace referencia al no prestar atención a la situación, la de negación que es rechazar algún tipo de relación de la crisis con la organización, transferencia de responsabilidades pues como lo dice su término esta se dedica a responsabilizar a otro organismo sobre dicha situación de crisis y por último la de confesión que se refiere a cuando dicho organismo involucrado en la crisis acepta la relación que tiene con el mismo y actuar de manera que reconoce la situación.

### **Liderazgo Comunicacional**

En el artículo de opinión titulado “El reto de la comunicación: liderazgo comunicacional y herramientas negociadoras.” Se indica que:

La persona que aprende a comunicar estructurando las herramientas que se han descrito en este breve trabajo sabrá emprender procesos de interacción acertados en su entorno y quienes adquieren conciencia de saber gestionar estas habilidades acaban siendo líderes, heredando al mismo tiempo la responsabilidad de guiar a otros en este proceso de aprendizaje sutil y profundo” (Cavallucci, 2017 p. 133).

A su vez, para Barroso Tanoira & Salazar Cantón (2010), un líder es el que se encarga de hacer lo correcto (gestionar conflictos, diseñar estrategias impulsar el cambio y la innovación) este se encarga de definir el rumbo de la organización y motiva a las personas a

seguir esa visión y superar cualquier obstáculo.

### **Tecnología y herramientas de comunicación**

Entendemos por tecnologías todo aquello que sirve como medio de innovación en un medio en este caso para (Aquino Negrín & Hernández Romero , 2021) “Es necesaria la progresiva integración de sistemas tecnológicos, dado que se busca incrementar la productividad laboral, la maximización de actividades y el flujo constante de información.” (p. 2). Por lo que entendemos que es esencial el uso o adaptación a las nuevas tecnologías ya que permite el desarrollo organizacional.

Nos dice también que:

La incorporación de estas herramientas tecnológicas al mercado laboral ha traído una serie de modelos que beneficia la economía, lo que a su vez demanda personal capacitado en el uso y dominio de los diferentes medios para brindar un mejor servicio a sus usuarios. (Aquino Negrín & Hernández Romero, 2021, p. 3).

Es decir, el uso de herramientas y tecnologías en la actualidad en una organización o medio es imprescindible ya que podremos estar a la vanguardia de lo que se necesite y estar en constante comunicación con la audiencia es decir fomenta una mayor interacción con los mismos.

### **Preparación ante crisis**

La preparación ante crisis es un componente esencial en la gestión comunicacional, ya que permite anticipar riesgos y establecer protocolos de acción que aseguren el correcto funcionamiento de las instituciones. Como indica (Vidal Díaz et al., 2022)

Tener determinada percepción de riesgo es el primer paso para evitar una Crisis que afecte el correcto funcionamiento de la institución. Por ende, es necesario tomar acciones a tiempo que garanticen minimizar el impacto y den una respuesta rápida y efectiva a los públicos implicados (p. 259).

Este enfoque destaca la importancia de diseñar estrategias preventivas en momentos de estabilidad, cuando las organizaciones disponen del tiempo y los recursos necesarios para planificar. De este modo, la preparación no solo se convierte en un mecanismo de prevención, sino en una herramienta estratégica que fortalece la capacidad institucional y asegura la coherencia en la comunicación frente a contextos adversos.

### **Respuesta ante crisis**

La respuesta ante crisis constituye un momento decisivo en la gestión comunicacional, pues determina el grado de confianza que la organización logra mantener frente a sus públicos. (Martínez Solana & túnnez-López, 2021) destacan que los errores más comunes en esta etapa se relacionan con la falta de previsión, la ausencia de transparencia informativa, la escasa coordinación entre los responsables, la falta de empatía y la lentitud en la reacción. En este sentido, el papel del departamento de comunicación es fundamental para articular mensajes claros y coherentes en el menor tiempo posible, ya que la inmediatez de la crisis requiere respuestas a la misma velocidad con la que circula la información en el entorno digital.

### **Comunicación en medios**

La comunicación en medio de la crisis es una etapa fundamental, ya que define la relación de la organización con sus públicos y determina el nivel de confianza que se mantiene en contextos de incertidumbre. Obasi (2024) subraya que:

Los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la comunicación de crisis, ya que son la principal fuente de información para el público. Durante una crisis, informan sobre eventos, ofrecen actualizaciones y difunden información al público y a las partes interesadas. Además, pueden moldear la opinión pública e influir en la reputación de una organización mediante su forma de informar sobre una crisis. Antes, los medios de comunicación constituían el único medio de comunicación en una crisis, los medios tradicionales (televisión, radio y prensa escrita) han constituido las fuentes clave de información para la audiencia. No obstante, la llegada de los medios digitales ha cambiado el contexto de la comunicación de crisis.

Actualmente las plataformas sociales (Twitter, Facebook y YouTube) se han transformado en instrumentos efectivos para que las organizaciones se relacionen con los interesados y administren su prestigio en época de crisis (pp. 78-79).

Este planteamiento demuestra que la comunicación durante la crisis no se limita a transmitir datos, sino que implica gestionar la narrativa en un entorno informativo altamente dinámico. Tanto los medios tradicionales como las plataformas digitales influyen en la percepción social y en la reputación institucional, lo que hace imprescindible adoptar estrategias de comunicación oportunas, claras y sostenidas.

### **Evaluación post-crisis**

Un elemento crucial de la administración comunicacional es la evaluación después de crisis, pues facilita la identificación de los logros y fallos sucedidos durante la emergencia, con el objetivo de optimizar las tácticas institucionales ante posibles situaciones adversas.

Este procedimiento no solo se limita a determinar los daños, sino que también comprende valorar la relevancia de los mismos mensajes transmitidos, velocidad de respuesta y la

habilidad de la organización para satisfacer las demandas de su público.

Como señalan (Shari R. & Rebekah A., 2012), “La evaluación permite a las organizaciones cuestionar si sus esfuerzos de comunicación satisficieron las necesidades de las partes interesadas” (p. 133), lo que evidencia que la revisión posterior es también un proceso de retroalimentación que fortalece la relación con los distintos grupos de interés. De este modo, la evaluación post-crisis se convierte en un mecanismo estratégico que contribuye a la transparencia, al aprendizaje organizacional y al reforzamiento de la confianza pública en el largo plazo.

### **Reputación y la confianza**

La reputación y la confianza se configuran como activos intangibles esenciales en la gestión de crisis, pues determinan la credibilidad de la organización frente a sus públicos. En el caso del GAD de Santa Elena, (Caiche Vera & García González, 2022) señalan que:

La comunicación debe ser proporcionada a todos de manera permanente, ser clara, oportuna y transparente sobre las situaciones críticas a los dueños y los colaboradores claves sin cometer exageraciones ni juzgar los hechos. Es necesario cuidar cualquier situación o evento negativo que ponga en riesgo la reputación e imagen corporativa de la empresa (p. 64).

Este planteamiento muestra que la transparencia, la claridad y la oportunidad de los mensajes son factores decisivos para proteger la imagen institucional durante situaciones de emergencia. De este modo, la comunicación estratégica se convierte en la herramienta que garantiza la confianza ciudadana y el sostenimiento de la reputación a largo plazo.

### **2.3 Marco Legal**

Dentro de nuestro marco legal consideramos importante destacar las siguientes normativas, artículos y constitución que se rigen con relación a nuestro tema de investigación a desarrollar. Por ello citamos los siguientes artículos.

#### **Ley Orgánica de Comunicación**

En sus artículos 3 y 5, la Ley Orgánica de Comunicación (2013) indica:

**Art. 3.-** Contenido comunicacional. – Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social (p. 4).

**Art. 5.-** Medios de comunicación social. - Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet. (p. 4).

También a través de sus artículos 83 y 84 indica lo siguiente:

**Art. 83.-** Medios de comunicación públicos de carácter oficial. - Las Funciones del Estado y los gobiernos autónomos descentralizados están facultados a crear medios de comunicación públicos de carácter oficial, los cuales tienen como objetivo principal difundir la posición oficial de la entidad pública que los crea en relación a los asuntos de su competencia y los de interés general de la ciudadanía, cumpliendo con las responsabilidades comunes a todos los medios de comunicación establecidas en el Art. 71 de esta Ley.

Los medios oficiales se financiarán exclusivamente con presupuesto de la función o del gobierno autónomo descentralizado que los crea y los ingresos provenientes de la venta de publicidad a instituciones del sector público (p. 29).

**Art. 84.- Definición.** - Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios comerciales de divulgación o intercambio de contenidos, de su propia creación o provistas por terceros, a través de diversas plataformas tecnológicas de comunicación (p. 29).

**Art. 88.- Registro público.** - Los medios de comunicación social se registrarán obligatoriamente en un catastro a cargo del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación dicho catastro deberá contener datos generales que se determinarán en el reglamento. Este registro no constituye una autorización para el funcionamiento del medio de comunicación. Los medios de comunicación que no cumplan con la obligación de registro no podrán pautar publicidad de ninguna entidad del Estado (p. 31).

### **Ley Orgánica de Servicio Público.**

Por otro lado, la (Ley Orgánica de Servicio Público, LOSEP, 2010) en sus artículos 72 y 73 indican:

**Art. 72.- Planeación y dirección de la capacitación.** - El Ministerio del Trabajo coordinará con las Redes de Formación y Capacitación de los Servidores Públicos y las Unidades de Administración del Talento Humano de la institución, la ejecución del Plan Nacional de Formación y Capacitación de los Servidores Públicos que deberá ser desconcentrada y descentralizada, acorde a los preceptos constitucionales. En el caso de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, sus

entidades y regímenes especiales se sujetarán a lo que determina la correspondiente Ley (p. 47).

**Art. 73.-** Efectos de la formación y la capacitación. - La formación y capacitación efectuada a favor de las y los servidores públicos, en la que el Estado hubiese invertido recursos económicos, generará la responsabilidad de transmitir y de poner en práctica los nuevos conocimientos adquiridos por un lapso igual al triple del tiempo de formación o capacitación (p. 47).

Es en base a estos artículos o fundamentación legal que podemos ver la importancia de una buena gestión de comunicación interna en las empresas para de esta manera poder reaccionar de manera efectiva en situaciones de riesgo o de conflictos. Las leyes también tratan sobre los derechos que tiene cada empleado a capacitarse y estar a la vanguardia de la información o contenido de importancia de acuerdo con la rama en la que labora. Es por ello por lo que es importante tener conocimiento legal que nos ayude a resolver dudas o posibles conflictos.

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Enfoque de investigación.**

El enfoque que utilizamos en este proyecto fue mixto, el cual comprende tanto análisis cualitativo como cuantitativo, al aplicar ambos enfoques en nuestra investigación logramos identificar como la comunicación organizacional en los medios radiales de nuestro cantón influye en el manejo de crisis de éstas.

Tal como expresa Hernández Sampieri et al., (2014) “Los métodos mixtos caracterizan a los objetos de estudio mediante números y lenguaje e intentan recabar un rango amplio de evidencia para robustecer y expandir nuestro entendimiento de ellos.” (p. 569). En este sentido podemos entender que este método nos ayudara a obtener más a detalle sobre nuestra investigación a realizar ya que no solo nos centramos en uno de los métodos, sino que podremos tener dos perspectivas tanto en lo cualitativo como en lo cuantitativo.

Al usar este tipo de enfoque siendo el más completo nos ayudó a interpretar de mejor manera nuestros resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, como encuestas en donde los datos obtenidos fueron parte del análisis cuantitativo mientras que el cualitativo entra en el análisis de los resultados obtenidos gracias a nuestros instrumentos de levantamiento de información como la entrevista.

#### **3.2 Tipo de investigación.**

El tipo de investigación que utilizamos en nuestro trabajo fue de tipo exploratoria y descriptiva, es decir, exploratoria debido a que nuestro tema ha sido poco abordado y estudiado por ende hay poca información sobre el mismo y descriptiva ya que nuestra investigación utilizamos métodos cuantitativos como lo es la encuesta.

De acuerdo con lo expuesto por (Zafra Galvis, 2006) “En otras palabras este tipo

de estudios abre las puertas, es el primer peldaño para continuar con investigaciones más avanzadas como son las descriptivas, las correlacionales y las explicativas consideradas por Hernández Sampieri” (pág. 14).

Por ende, ambos tipos de investigación consideramos importante usar dentro de nuestro proyecto debido a la falta de abordaje en el tema y estudios relacionados.

### **3.3 Diseño de investigación.**

El diseño que aplicamos en este caso fue no experimental y correlacional ya que mediante el uso de instrumentos de investigación y los resultados obtenidos pudimos observar cómo actúan nuestras variables y la relación que tienen éstas.

El propósito de la investigación no experimental transeccional para Hernández Sampieri et al., (2014) “es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.” (p. 186) de la misma manera nos indica que “un estudio correlacional ayuda a comprender como se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de las otras variables vinculadas.” (p. 94).

Por lo que mediante este diseño pudimos no solo saber si existe una relación entre las mismas sino también entender a fondo sobre como ambos términos tanto la comunicación organizacional sirve como estrategia para manejar crisis en medios comunicacionales.

### **3.4 Alcance de la investigación.**

La investigación actual tiene un enfoque exploratorio y descriptivo, porque se centró en examinar como la comunicación organizacional opera como una estrategia para manejar crisis en los medios de radio del cantón. La naturaleza exploratoria de este asunto se debe a que ha sido escasamente tratado en el entorno local, lo cual posibilito la detención de nuevas perspectivas y la creación de un primer acercamiento. A la vez es descriptivo porque se procuró especificar las costumbres, percepciones y tácticas

empleadas por los trabajadores de dichas emisoras sin alterar las variables sino más bien observando y describiendo la realidad tal y cual sucede. Este alcance ayudó a entender como la comunicación interna y externa influye en la gestión de crisis en el ámbito de la radio, proporcionando una base firme para investigaciones futuras más profundas y comparativas en el campo de la comunicación organizacional.

### 3.5 Operacionalización de las variables

Tabla 1. Matriz de Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas de investigación	Técnica / Instrumento	Instrumentos	Aplicado a
<b>Comunicación Organizacional</b>	La comunicación organizacional es una función muy importante para gestionar cualquier organización, consiste en el proceso de transmisión de información de una persona a otra dentro de una organización. Trelles Rodríguez (2014).	Comunicación Interna.	Existencia de canales de comunicación interna.	¿Considera usted que existen suficientes canales de comunicación interna en el medio radial?	Encuesta	Cuestionario de preguntas en escala de Likert	Servidores en medio radial
		Comunicación Externa.	Uso de medios oficiales.	¿Recibe información relevante sobre la organización a través de los medios oficiales?	Encuesta	Cuestionario de preguntas en escala de Likert	Servidores en medio radial
		Estrategias de Crisis.	Identificación de tipos de crisis.	¿Puede identificar cuando el medio radial está enfrentando una crisis?	Entrevista	Guía de preguntas	Servidores en medio radial
		Liderazgo Comunicacional.	Capacidad de toma de decisiones en crisis.	¿Confía en la capacidad de liderazgo de su medio para gestionar situaciones de crisis?	Entrevista	Guía de preguntas	Servidores en medio radial

		Tecnología y herramientas de comunicación.	Herramientas de gestión de información.	¿Cuenta el medio radial con herramientas tecnológicas adecuadas para la gestión de información?	Entrevista	Guía de preguntas	Servidores en medio radial
<b>Manejo de crisis de medios radiales</b>	Para (Hristoulas, s.f.) Es el proceso por el cual una comunidad u organización hace frente a un evento inesperado que amenaza con dañar su estructura, sus partes interesadas o al público en general.	Preparación antes la crisis.	Capacidad del medio para anticipar y planificar acciones frente a situaciones críticas.	¿Su medio radial cuenta con protocolos o planes previamente establecidos para actuar frente a situaciones de crisis comunicacional?	Encuesta	Cuestionario de preguntas en escala de Likert	Servidores en medio radial
		Respuesta ante la crisis	Eficiencia del equipo para reaccionar con rapidez y coherencia ante una crisis.	¿Considera que la rapidez y coordinación del equipo de trabajo son adecuadas al momento de responder ante una crisis comunicacional?	Encuesta	Cuestionario de preguntas en escala de Likert	Servidores en medio radial

		Comunicación durante la crisis	Claridad y veracidad de la información emitida durante crisis.	¿Durante una crisis, la información difundida por el medio se comunica de forma clara, coherente y sin contradicciones?	Encuesta	Cuestionario o de preguntas en escala de Likert	Servidores en medio radial
		Evaluación post crisis	Análisis para identificar aprendizajes y mejorar la gestión comunicacional.	¿Después de una situación crítica, se realiza una evaluación interna para identificar errores y fortalecer futuras estrategias comunicativas?	Entrevista	Guía de preguntas	Servidores en medio radial
		Reputación y confianza	Influencia de la gestión de crisis en la imagen y credibilidad del medio.	¿Cree que la forma en que su medio gestiona la comunicación en momentos de crisis influye en la confianza del público hacia la emisora?	Entrevista	Guía de preguntas	Servidores en medio radial

### **3.6 Población, muestra y periodo de estudio**

#### **3.6.1 Población**

La población de este estudio estuvo conformada por los medios radiales activos del cantón La Libertad, ubicado en la provincia de Santa Elena, así como por el personal directamente vinculado a las labores periodísticas y administrativas de dichas emisoras. Este grupo incluyó a directores, periodistas, locutores y personal operativo de las siguientes estaciones seleccionadas: Radio Amor 89.3 FM, de cobertura regional, y las emisoras de cobertura local Radio La Voz de la Península 93.3 FM, Radio La Fiera 107.3 FM, Radio La T- K1a 105.7 FM, Radio Antena 3 91.7 FM y Radio Fragata 96.1 FM. Todas ellas forman parte del sistema comunicacional del cantón y desempeñan un papel fundamental en la difusión de información y en la gestión institucional durante situaciones de crisis.

Para los fines de esta investigación, solo se consideraron aquellas emisoras cuyos equipos aceptaron participar en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos. El propósito fue identificar la percepción del personal sobre la implementación de estrategias de comunicación organizacional y la gestión de crisis en sus respectivas emisoras.

Cabe señalar que, por motivos de tiempo, la emisora local Radio Récord 106.5 FM no participó en el proceso de recolección de información.

De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2014), la población se define como “el conjunto total de elementos que cumple con determinadas características y sobre los cuales se pretende investigar y obtener conclusiones” (p.174).

### 3.6.2 Muestra

La selección de los participantes se llevó a cabo mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, tomando en cuenta la disponibilidad de las emisoras y la disposición de su personal para colaborar con el estudio. Este enfoque permitió acceder directamente a los actores involucrados en los procesos de comunicación organizacional y en la gestión de crisis.

En la fase cuantitativa, se aplicaron encuestas a directores, periodistas, locutores y personal operativo de las siguientes estaciones que aceptaron participar voluntariamente: Radio Amor 89.3 FM, de cobertura regional, y las emisoras locales Radio La Voz de la Península 93.3 FM, Radio La Fiera 107.3 FM, Radio La T-Kla 105.7 FM, Radio Antena 3 91.7 FM y Radio Fragata 96.1 FM.

Para la fase cualitativa, únicamente tres medios confirmaron su disponibilidad para participar en las entrevistas en profundidad: Radio Amor 89.3 FM, Radio La Fiera 107.3 FM y Radio Antena 3 91.7 FM. Las entrevistas se realizaron con representantes designados por cada medio y contaron con la revisión metodológica de una experta externa en comunicación organizacional, independiente de las emisoras participantes. Su intervención garantizó la pertinencia, claridad y validez técnica del instrumento aplicado.

Es importante señalar que, aunque Radio Récord 106.5 FM formaba parte del universo poblacional, no participó en la investigación debido a limitaciones de tiempo y disponibilidad de su equipo de trabajo. Esto determinó que la selección final de los participantes se basara en su accesibilidad y disposición durante el proceso de recolección de datos.

Adicionalmente, la muestra incluyó a una experta en comunicación organizacional y gestión de crisis, entrevistada en calidad de informante clave. Su participación, de carácter consultivo, permitió contrastar y enriquecer el análisis de los hallazgos obtenidos en las emisoras radiales, aportando una perspectiva profesional complementaria sin formar parte del grupo poblacional principal.

Este tipo de muestreo, de acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2014), es pertinente cuando el investigador requiere obtener información directa de unidades que cumplen características específicas y que, por condiciones del contexto no pueden ser incorporadas mediante procedimientos aleatorios.

### **3.6.3 Periodo de estudio**

El periodo de estudio comprendió los meses de julio a septiembre del 2025, tiempo durante el cual se desarrolló la investigación y se recopilaron los datos necesarios para el análisis. Este lapso permitió observar los procesos de comunicación organizacional implementados Radio Amor 89.3 FM, Radio La Voz de la Península 93.3 FM, Radio La Fiera 107.3 FM, Radio La T-Kla 105.7 FM, Radio Antena 3 91.7 FM y Radio Fragata 96.1 FM. Frente a posibles situaciones de crisis, así como la respuesta de los equipos de trabajo de cada emisora. La elección de este periodo se justificó por la importancia de evaluar las estrategias comunicacionales vigentes, considerando el contexto mediático contemporáneo y desafíos que enfrentan los medios radiales del cantón La Libertad en materia de gestión de crisis.

### **3.7 Técnicas e instrumentos de levantamiento de información**

Para la presente investigación se aplicaron dos técnicas de recolección de datos: la entrevista y encuesta. La entrevista semiestructurada se realizaría inicialmente a los 6 medios registrados, pero por temas de seguridad 3 de los 6 medios no nos dieron apertura a la misma por ello solo se realizó la entrevista a los periodistas y directivos de Radio Amor 89.3 FM, Radio La Fiera 107.3 FM y Radio Antena 3 91.7 FM, con el propósito de obtener información cualitativa sobre las estrategias de comunicación organizacional utilizadas para la gestión y manejo de crisis dentro de la emisora.

Además, se entrevistó a un especialista de comunicación de crisis, con el fin de incorporar una perspectiva técnica y profesional que permitiera contrastar las prácticas internas de la radio con los criterios teóricos y metodológicos establecidos en el campo de la comunicación organizacional. Por su parte, la encuesta se aplicó a los oyentes de la emisora, para recopilar datos cuantitativos sobre su percepción respecto a la efectividad de la comunicación de la radio en situaciones de crisis. Ambas técnicas permitieron obtener una visión integral.

#### **3.7.1 Encuesta**

La encuesta se aplicó al personal que forma parte de las emisoras radiales, incluyendo comunicadores, locutores, periodistas y personal administrativo. Este instrumento tuvo como propósito medir la percepción de los trabajadores sobre la efectividad de la comunicación organizacional y su papel en la gestión de crisis dentro de los medios.

En palabras de (Caiche Vera & García González, 2022), en su investigación titulada Comunicación de crisis: Gestión de la comunicación organizacional en el GAD del cantón Santa Elena, durante la emergencia sanitaria, las encuestas permiten obtener información precisa de los públicos, reflejando su nivel de confianza y la percepción que mantienen sobre la comunicación institucional en momentos de crisis.

Dicho estudio, respalda el uso de la encuesta como una herramienta válida para medir la eficacia comunicacional y la gestión de crisis en contextos locales.

### **3.7.2 Entrevista**

La entrevista estructurada se dirigió a experta en el campo de la comunicación. En el estudio desarrollado por Bravo et al., (2013) nos dice que “la entrevista es una técnica de gran ayuda en la investigación cualitativa para obtener datos, esto se define como una conversación que plantea un fin determinado, al simple hecho de conversar” (pág. 163). Esto se ha establecido como un método esencial en este análisis cualitativo, ya que nos facilita la recolección de información más precisa.

## 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Análisis Cuantitativo: Encuesta

Las encuestas fueron aplicadas a periodistas y personal administrativo que laboran en los principales medios radiales del cantón La Libertad. En este territorio existen 7 emisoras activas: una de cobertura regional, Radio Amor 89.3 FM, y seis de cobertura local: Radio La Voz de la Península 93.3 FM, Radio La Fiera 107.3 FM, Radio La T-Kla 105.7 FM, Radio Antena 3 91.7 FM y Radio Fragata 96.1 FM. El propósito del levantamiento de datos fue identificar la percepción del equipo de trabajo respecto a la implementación de estrategias de comunicación organizacional y la gestión de crisis en sus respectivas emisoras.

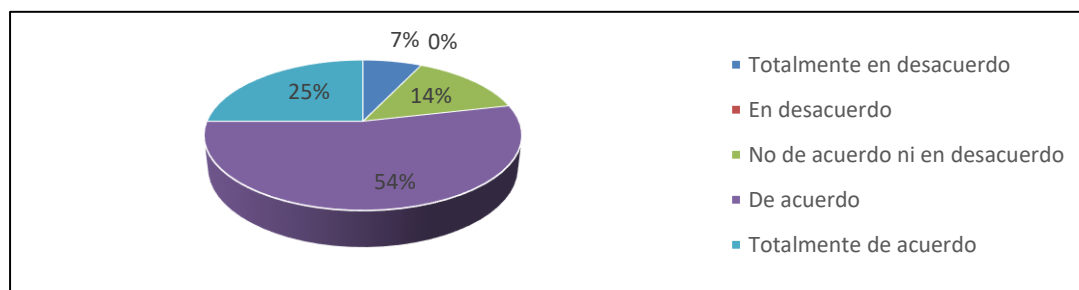
Por motivos de disponibilidad de tiempo, solo participaron las emisoras cuyos equipos aceptaron voluntariamente responder el instrumento, por lo que Radio Record 106.5 Fm no formó parte del proceso de recolección de datos. Este levantamiento se realizó en el marco del proyecto de investigación: “La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de Crisis en medios radiales del Cantón La Libertad, durante 2025”

**Tabla 2.** ¿Conozco el concepto de “crisis” en contexto de un medio radial?

<i>Escala</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Totalmente en desacuerdo	2	7 %
En desacuerdo	0	0 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	4	14 %
De acuerdo	15	54 %
Totalmente de acuerdo	7	25 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad  
*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos  
*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura 1**



*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad  
*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos  
*Fecha:* Octubre del 2025

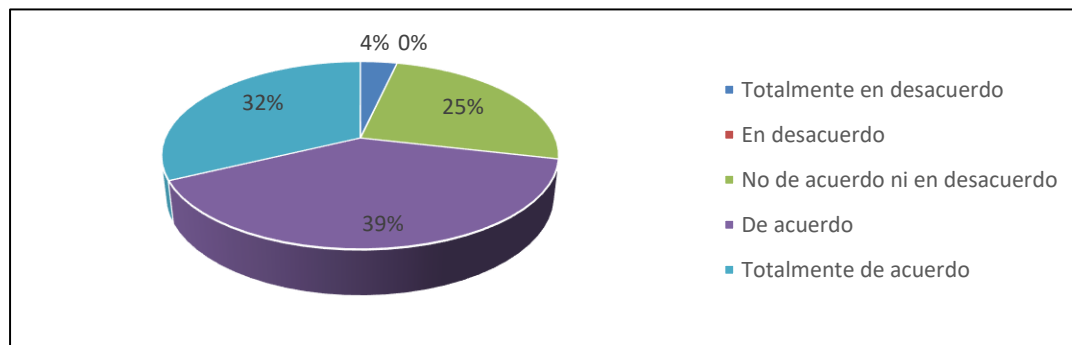
**Análisis de interpretación:** El 79% (54% "De acuerdo" y 25% "Totalmente de acuerdo"), afirmó poseer claridad sobre este término, lo que evidencia un nivel adecuado de conocimiento básico entre periodistas y personal administrativo involucrado en la operación de las emisoras. Este resultado es favorable para el estudio, ya que la comprensión conceptual es un punto de partida necesario para valorar la pertinencia de las estrategias de la comunicación organizacional aplicadas durante situaciones adversas. Por otro lado, un 14% indicó encontrarse “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que sugiere la existencia de un grupo que podría requerir mayor capacitación o que no están totalmente seguros de identificar con precisión lo que constituye una crisis institucional. Un 7% expresó estar “En desacuerdo”, reflejando un nivel reducido de desconocimiento dentro del equipo de trabajo. En términos generales, los datos revelan que la mayoría del personal cuenta con una comprensión funcional del concepto de crisis, condición que favorece la implementación de estrategias de comunicación organizacional orientadas al manejo adecuado de estos escenarios dentro de los medios radiales del cantón La Libertad.

**Tabla 3.** ¿Mi emisora cuenta con protocolos o lineamientos que podrían aplicarse ante una crisis futura?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4 %
En desacuerdo	0	0 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	7	25 %
De acuerdo	11	39 %
Totalmente de acuerdo	9	32 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad  
*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos  
*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura 2**



*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad  
*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos  
*Fecha:* Octubre del 2025

**Análisis de interpretación:** Los datos muestran que un 71 % de los encuestados (39% “De acuerdo” y 32% “Totalmente de acuerdo”) considera que su emisora dispone de protocolos y lineamientos que podrían utilizarse ante una crisis futura. Este resultado indica que, desde la percepción del personal, en la mayoría de las radios existe una estructura básica para orientar la toma de decisiones ante situaciones críticas. No obstante, un 25% expresó una posición neutral, lo que sugiere desconocimiento, falta de socialización o limitada claridad sobre estos instrumentos. Esta situación puede afectar la capacidad de respuesta puesto que la existencia del protocolo no garantiza su uso efectivo si el personal no lo conoce o no ha sido capacitado. Por otro lado, un 4% manifestó estar un “Totalmente de desacuerdo”, evidenciando que todavía existen radios o arias donde los procedimientos no están formalizados o no han sido comunicados adecuadamente. En conjunto, los resultados muestran que, si bien la mayoría reconoce la presencia de lineamiento del manejo de crisis, es necesario reforzar los procesos de comunicación interna, capacitación y actualización de protocolos para asegurar que todos los integrantes de las emisoras puedan actuar de manera coordinada.

**Tabla 4.** ¿El personal está consciente de su rol en caso de una eventual crisis?

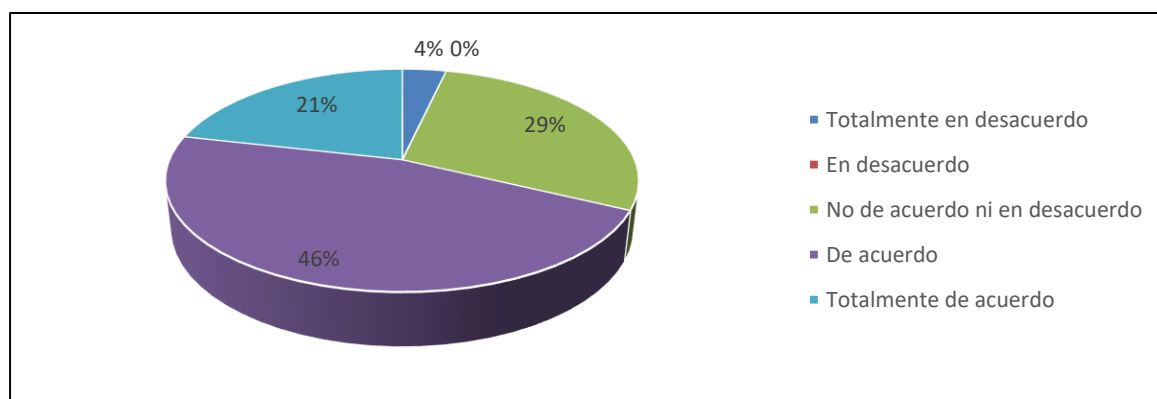
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4 %
En desacuerdo	0	0 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	8	29 %
De acuerdo	13	46 %
Totalmente de acuerdo	6	21 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura 3**



**Fuente:** Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Dania Orrala, Jimmy Santos

**Fecha:** Octubre del 2025

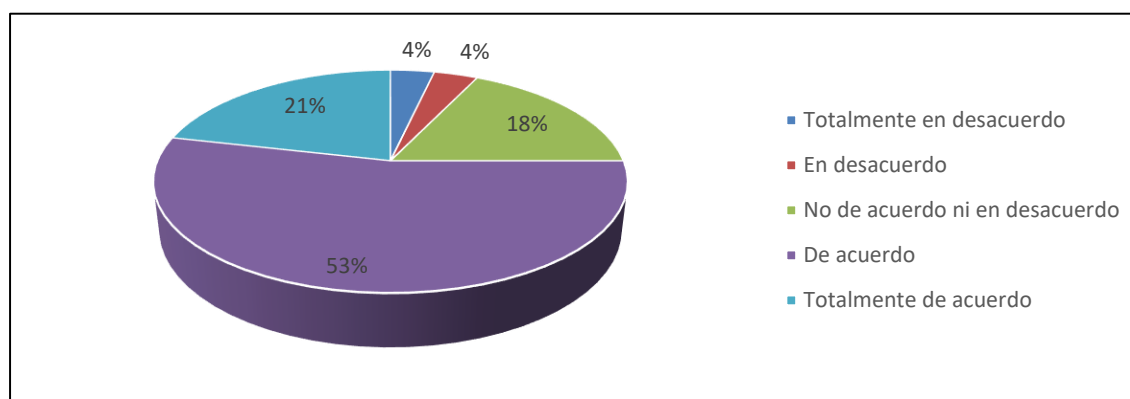
**Análisis de interpretación:** El 46% de los encuestados está de acuerdo y el 21 % totalmente de acuerdo con que son conscientes de su rol en una crisis, sumando un 67% de percepción positiva. Solo el 4% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados evidencian que la mayoría del personal reconoce la importancia de su papel ante una eventual crisis, lo que sugiere una adecuada sensibilización interna. Sin embargo, el 29% que se muestra neutral indica que aún existe margen para reforzar la claridad de funciones mediante capacitaciones o protocolos más explícitos.

**Tabla 5.** ¿He recibido capacitación o entrenamiento sobre comunicación organizacional y manejo de crisis?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4 %
En desacuerdo	1	4 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	5	18 %
De acuerdo	15	53 %
Totalmente de acuerdo	6	21 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad  
*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos  
*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura 4**



*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad  
*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos  
*Fecha:* Octubre del 2025

**Análisis de interpretación:** El 53% de los participantes está de acuerdo y el 21 % totalmente de acuerdo, lo que representa un 74 % de respuesta afirmativa. La mayoría del personal ha recibido algún tipo de formación en comunicación y manejo de crisis, aunque un 25 % manifiesta desacuerdo o neutralidad. Esto indica la necesidad de fortalecer los programas de capacitación continua para garantizar una preparación homogénea entre todos los colaboradores.

**Tabla 6.** ¿Me siento preparado para participar en la gestión de una crisis si llegara a presentarse?

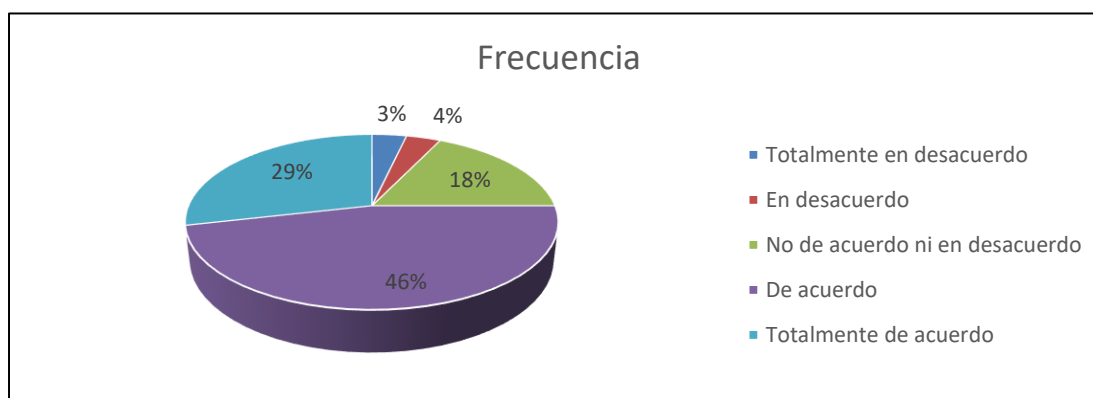
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4 %
En desacuerdo	1	3 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	5	18 %
De acuerdo	13	46 %
Totalmente de acuerdo	8	29 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura 5**



*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Análisis de interpretación:** El 46% está de acuerdo y el 29% totalmente de acuerdo, acumulando un 75 % de percepción de preparación. La mayoría del personal se percibe preparado para actuar durante una crisis, lo cual se asocia positivamente con los programas de formación existentes. No obstante, el 21% mantiene una postura neutral o negativa, lo que sugiere que todavía hay inseguridad en algunos miembros respecto a su nivel de competencia práctica.

**Tabla 7.** ¿Considero que los canales de comunicación internos (reuniones, mensajes internos) serían eficaces durante una crisis?

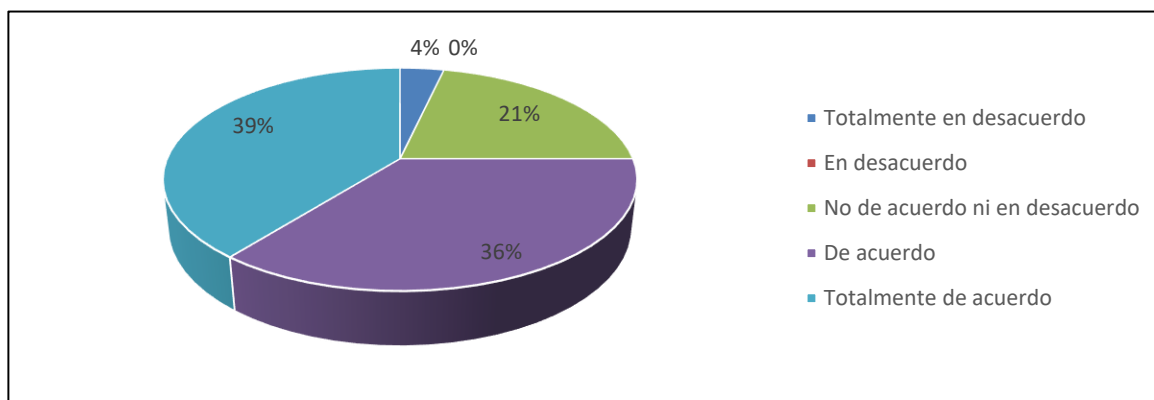
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4 %
En desacuerdo	0	0 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	6	21 %
De acuerdo	10	36 %
Totalmente de acuerdo	11	39 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura 6**



*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Análisis de interpretación:** Un 36% está de acuerdo y un 39% totalmente de acuerdo, sumando un 75 % de confianza en la eficacia de los canales internos. La percepción general es favorable respecto al funcionamiento de los canales internos durante una crisis, lo que denota una estructura comunicativa interna relativamente sólida. Sin embargo, el 21% de respuestas neutras sugiere la conveniencia de evaluar la rapidez y alcance de estos canales.

**Tabla 8.** ¿Considero que los canales de comunicación externos (radio, redes sociales, página web) serían eficaces para informar a la audiencia?

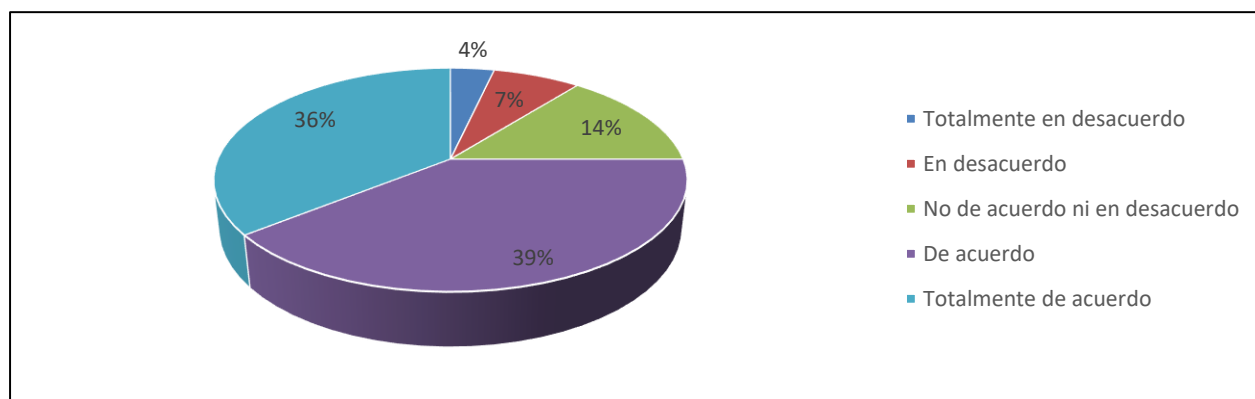
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4 %
En desacuerdo	2	7 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	4	14 %
De acuerdo	11	39 %
Totalmente de acuerdo	10	36 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura 7**



*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Análisis de interpretación:** El 39% está de acuerdo y el 36% totalmente de acuerdo, totalizando un 75 % de percepción positiva. El personal confía en la eficacia de los canales externos para mantener informada a la audiencia en caso de crisis. No obstante, el 25 % restante muestra cierta duda o desacuerdo, lo que podría deberse a la falta de protocolos específicos de comunicación pública o a limitaciones tecnológicas.

**Tabla 9.** ¿La planificación y coordinación interna son clave para una gestión exitosa de crisis?

<b>Escala</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	1	4 %
En desacuerdo	1	3 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	3	11 %
De acuerdo	12	43 %
Totalmente de acuerdo	11	39 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura**

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Análisis de interpretación:** El 43% está de acuerdo y el 39% totalmente de acuerdo, alcanzando un 82% de consenso positivo. Existe un amplio reconocimiento de la importancia de la planificación y coordinación interna en la gestión de crisis. Este alto nivel de acuerdo refleja una comprensión organizacional madura sobre la necesidad de estrategias preventivas y trabajo colaborativo.

**Tabla 10.** ¿La emisora está suficientemente preparada para enfrentar posibles crisis en el futuro.?

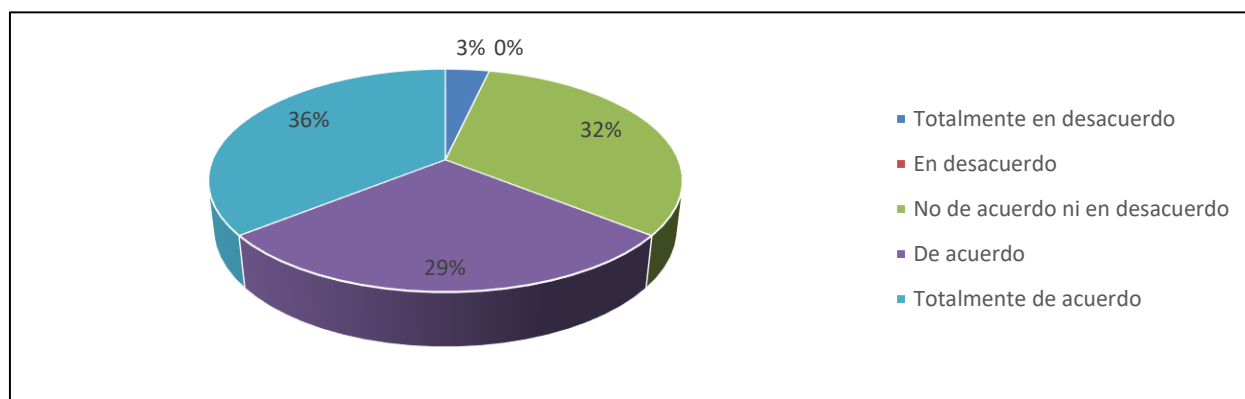
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3 %
En desacuerdo	0	0 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	9	32 %
De acuerdo	8	29 %
Totalmente de acuerdo	10	36 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura 9**



*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Análisis de interpretación:** El 29% está de acuerdo y el 36% totalmente de acuerdo, representando un 64% de confianza institucional. Aunque la mayoría percibe que la emisora está preparada, el 32% que se mantiene neutral refleja una percepción de preparación parcial. Esto sugiere la necesidad de actualizar planes de contingencia y realizar simulacros que fortalezcan la confianza colectiva.

**Tabla 11.** ¿Se podrían implementar mejoras para fortalecer la comunicación organizacional ante eventualidades?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	7 %
En desacuerdo	1	4 %
No de acuerdo ni en desacuerdo	3	11 %
De acuerdo	15	53 %
Totalmente de acuerdo	7	25 %
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Figura**



*Fuente:* Resultado de la encuesta a los trabajadores de los medios radiales del cantón La Libertad

*Elaborado por:* Dania Orrala, Jimmy Santos

*Fecha:* Octubre del 2025

**Análisis de interpretación:** El 53% está de acuerdo y el 25% totalmente de acuerdo, totalizando un 78% de percepción favorable hacia la mejora. Los resultados indican una disposición general del personal hacia la mejora continua de los procesos comunicacionales. Este hallazgo es relevante, pues demuestra una actitud proactiva y consciente de que la comunicación organizacional siempre puede optimizarse frente a nuevas contingencias.

## **4.2 Análisis Cualitativo: Entrevista**

En esta fase se desarrolló un análisis cualitativo basado en entrevistas semiestructuradas aplicada a tres medios radiales del cantón La Libertad: Radio Amor 89.3 FM, de cobertura regional, y las emisoras locales Radio La Voz de la Península 93.3 FM, Radio La Fiera 107.3 FM, Radio La T-Kla 105.7 FM, Radio Antena 3 91.7 FM y Radio Fragata 96.1 FM. la técnica se dirigió a directores, periodistas, locutores y personal operativo, con el fin de comprender sus prácticas internas, procedimiento de comunicación y forma de respuestas antes situaciones críticas.

Paralelamente, se realizó una entrevista a una experta en comunicación organizacional y gestión de crisis, cuyo aporte permitió contrastar la realidad de los medios con criterios teóricos y metodológicos especializados. Su perspectiva científica aportó claridad sobre las estrategias recomendables, los protocolos de actuación y los principios de la comunicación organizacional necesarios para fortalecer la credibilidad y el manejo de crisis en los medios radiales analizados.

## Entrevista a Medios radiales de cantón La Libertad

**Cuadro 1.** Entrevista 1: Radio Antena 3 (91.7 FM)

Apellidos y nombres	Zully Sánchez		
Cargo	Periodista Radio Antena 3 91.7 FM		
Especialidad	Licenciada en Comunicación Social		
Entrevistador	Orrala Tumbaco Dania Lisbeth y Santos Mora Jimmy Steven		
Fecha	04 de noviembre de 2025		
<b>Categoría</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Observación del investigador</b>
<b>Comunicación Organizacional</b>	¿Cómo define la comunicación organizacional dentro de su emisora?	“Dentro de la emisora en la que laboro la considero muy buena debidos a que nosotros nos encargamos de mantenerla así, ya que para nosotros es de suma importancia pues llevamos ciertos lineamientos, que eso permite que la comunicación que tenemos entre los propios locutores sea buena para el desarrollo de la armonía laboral.”	Respuesta precisa y resalta que la comunicación interna en su medio es buena
	¿Podría describir alguna situación de crisis (técnica, reputacional, económica o personal) que haya enfrentado la emisora y explicar cómo la comunicación interna contribuyó a solucionarla?	“Bueno, nosotros tuvimos un tema en particular, o un inconveniente, estuvimos fuera del aire aproximadamente dos años. Y en ese tiempo que nos cerraron la emisora, obviamente fue muy complicado porque ya no podíamos locutar, no había programas, nos habían cerrado, quitado	Ejemplifica y cuenta experiencia vivida y como resolvieron la misma.

		<p>prácticamente el día. Entonces, ¿qué hicimos?, la coordinación de la emisora fue muy complicado porque ya no podíamos locutar, no había programas, nos habían cerrado, quitado prácticamente el dial. Entonces, ¿qué hicimos?, la coordinación de la emisora fue muy importante. Estuvieron ahí, alentando a que esto se solucionara pronto, para que de una u otra manera, pues, las cosas puedan fluir, ¿no? Ya luego de un tiempo nos regresaron el dial, ya el gerente pudo solucionar el contrat tiempo, nosotros salimos nuevamente al aire”</p>	
--	--	---	--

	<p>¿Durante una crisis, ¿qué tan importante considera el rol del director o propietario de la radio en la comunicación con el equipo de trabajo y con la audiencia?</p>	<p>“Bueno, el rol, sin duda alguna, del gerente o del propietario, como lo quieran denominar, es fundamental, es como cuando alguien está en un barco y si no hay un capitán, pues eso va a la deriva. Es muy similar a lo que ocurre en la estación radial, necesitamos tener una cabeza que pueda orientar, que pueda decir, chicos, están haciendo esto, hay que corregir esto, necesitamos esto, necesitamos que pongan más empeño en lo de aquí, en lo de acá.”</p>	<p>Destaca la importancia del rol del gerente en el medio</p>
<p><b>Manejo de Crisis</b></p>	<p>¿Qué canales o medios de comunicación (internos y externos) considera más efectivos para mantener la confianza y la ¿Transparencia durante una situación de crisis?</p>	<p>“Pero yo considero que ambos canales son necesarios, ¿no?, porque como lo indico, hablando de canales internos, es la parte interna, valga la redundancia, y externa es lo de afuera. Entonces, ambos canales son importantes para de una u otra manera poder llegar con el mensaje que nosotros queremos a nuestros queridos oyentes.”</p>	<p>Destaca la importancia de canales tanto internos como externos.</p>

	<p>A partir de experiencias anteriores, ¿qué cambios o mejoras han implementado en la comunicación organizacional para fortalecer la respuesta ante futuras crisis?</p>	<p>“Considero que después de esa crisis hemos estado nosotros como un poco más fortalecidos. Si tal vez no existía un poco de comunicación, a pesar de ser un medio de comunicación que sí se da, considero que ahora la comunicación está un poco más efectiva, está un poco más acorde a lo que vivimos. Cualquier cosita, pues mire, pasa esto, pasa lo de aquí, cada programa tiene un director en la cual a ellos se dirigen o a ellas se dirigen en caso de que ocurra alguna novedad, ¿no? Entonces yo creo que de ese impase o de esa experiencia, dicen que de lo malo se aprende, que tuvimos en aquel entonces ha permitido que nosotros también podamos tener un fortalecimiento dentro de compañeros, como te indico, algunos nuevos, otros que tal vez se quedaron después del problema que tuvimos, pero hemos tratado de salir adelante.”</p>	<p>Relata como solucionaron la situación de crisis vivida como medio.</p>
--	---	---	---

	<p>¿Qué estrategias o protocolos de comunicación aplican para prevenir o responder ante una crisis dentro de la emisora?</p>	<p>“Considero que, bueno, protocolos también son muy necesarios, protocolos que nosotros también tenemos definidos, ¿no? En caso de alguna adversidad, como te indico, lo primordial es tener una buena comunicación, eso sí es en base. Creo que el tener un buen diálogo y una buena comunicación hace que nosotros podamos resolver problemas, no solamente el tema de manifestaciones o incidentes, sino que tener una buena comunicación hace que tú puedas resolver problemas, anexando algunos protocolos, estrategias, herramientas que tal vez hemos podido también implementar conforme vaya pasando el tiempo.”</p>	<p>Considera importante contar con protocolos de cómo actuar frente a crisis como medio”</p>
--	--	--	--

**Fuente:** Respuestas de entrevista a periodista de Radio Antena 3 91.7 FM

**Elaborado por:** Dania Orrala y Jimmy Santos

**Fecha:** octubre 2025

**Cuadro 2.** Entrevista 2: Radio La Fiera (107.3 FM)

Apellidos y nombres	Sr. Miguel Ángel Neira Figueroa		
Cargo	Gerente Radio La Fiera 107.3 FM		
Especialidad	Administración de la Radio		
Entrevistador	Orrala Tumbaco Dania Lisbeth y Santos Mora Jimmy Steven		
Fecha	04 de noviembre de 2025		
<b>Categoría</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Observación del investigador</b>
Comunicación Organizacional	¿Cómo define la comunicación organizacional dentro de su emisora?	“La Comunicación Organizacional en nuestra emisora la considero un aspecto clave ya que mediante la misma nos permite coordinar al equipo sean estos locutores técnicos o personal administrativo para así lograr nuestros objetivos y mantenernos en contacto con nuestra audiencia”	Resalta la importancia de contar con una buena comunicación
	¿Podría describir alguna situación de crisis (técnica, reputacional, económica o personal) que haya enfrentado la emisora y explicar cómo la comunicación interna contribuyó a solucionarla?	“Gracias a Dios en mi medio radial no hemos tenido algún tipo de crisis hasta el momento ya que somos un medio joven por así decirlo, pero claramente lo que buscamos es que esto no suceda, sin embargo, tratamos de estar preparados para cualquier momento que si bien es cierto puede pasar, nosotros deseamos no sea así”	Indica que no han tenidos que pasar por una situación de crisis
	¿Durante una crisis, ¿qué tan importante considera el rol del director o propietario de la	“Mi rol como director lo considero fundamental, debido a que soy quien se encarga de transmitir calma y tranquilidad a mis trabajadores en	Destaca el papel que cumple como gerente del medio.

	radio en la comunicación con el equipo de trabajo y con la audiencia?	cualquier situación que se quiera presentar y soy quien dirige a mi equipo para una posible solución.”	
Manejo de Crisis	¿Qué canales o medios de comunicación (internos y externos) considera más efectivos para mantener la confianza y la transparencia durante una situación de crisis?	“De manera interna pues los grupos de mensajería como WhatsApp y de manera externa nuestras redes sociales y si llegue a darse otro tipo de situación podría ser un boletín de prensa”	Menciona los canales que considera importantes el uso en su medio
	A partir de experiencias anteriores, ¿qué cambios o mejoras han implementado en la comunicación organizacional para fortalecer la respuesta ante futuras crisis?	Como mencione no hemos tenido alguna situación de crisis sin embargo tenemos protocolos para emergencias, portavoz oficial a demás buscamos capacitarnos en manejo de este tipo de situaciones.”	Resalta que no ha pasado por una crisis, sin embargo, la reparación es su respuesta
	¿Qué estrategias o protocolos de comunicación aplican para prevenir o responder ante una crisis dentro de la emisora?	“Antes de que ocurra una crisis, promovemos una cultura de comunicación abierta para que cualquier problema potencial se pueda identificar y prevenir desde el inicio. También monitoreamos constantemente los comentarios de la audiencia para anticipar posibles focos de conflicto.”	Promueven la capacitación continua.

**Fuente:** Respuestas de entrevista a gerente de Radio La Fiera 107.3 FM

**Elaborado por:** Dania Orrala y Jimmy Santos

**Fecha:** octubre 2025

**Cuadro 3.** Entrevista 3: Radio Amor (89.3 FM)

Apellidos y nombres	Sr. Joffre Paredes		
Cargo	Periodista Radio Amor 89.3 Fm		
Especialidad	Locutor		
Entrevistador	Orrala Tumbaco Dania Lisbeth y Santos Mora Jimmy Steven		
Fecha	04 de noviembre de 2025		
<b>Categoría</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Observación del investigador</b>
Comunicación Organizacional	¿Cómo define la comunicación organizacional dentro de su emisora?	“En nuestra radiodifusora AMOR, se concibe a través de un eje matriz en el cual se articula la labor y el trabajo que realizamos permanentemente en beneficio de la sociedad, es decir, cohesionados al equipo de trabajo a quienes pertenecemos, a la familia de esta empresa radial. Y es un proceso, cierto está, de permanente diálogo, de coordinación, de retroalimentación, que permite que cada área de locutores, periodistas profesionales, de producción, controles, equipo técnico, en definitiva, saben lo que tienen que hacer, el rol y la responsabilidad que tienen de estricto cumplimiento bajo los parámetros de la ética, bajo los parámetros de saber cumplir con la tarea encomendada. Eso en gran medida es el éxito que tiene esta radio, esta empresa, dentro de la comunicación organizacional.”	Destaca la manera en que manejan la comunicación interna en el medio radial.

	<p>¿Podría describir alguna situación de crisis (técnica, reputacional, económica o personal) que haya enfrentado la emisora y explicar cómo la comunicación interna contribuyó a solucionarla?</p>	<p>“Una de las crisis más recordadas y que generó todo tipo de inconvenientes fue la crisis energética, en donde la sequía, la falta de lluvias en la cuenca de las hidroeléctricas, generaron un caos, no solamente a nivel de medios de comunicación, sino en todo lo que significa el fomento del aparato productivo a escala país.</p>	<p>Destaca que la crisis energética golpeó mucho al medio, pero supieron salir adelante</p>
	<p>¿Durante una crisis, ¿qué tan importante considera el rol del director o propietario de la radio en la comunicación con el equipo de trabajo y con la audiencia?</p>	<p>“Porque es el guía, porque es el faro, porque es el centinela, es quien ejerce ese liderazgo bien entendido con empatía, sin tomar decisiones precipitadas, optando por hablar con el personal y con la gente. gracias al liderazgo que mantienen quienes administran la radio, con éxito, por cierto, porque no son gente improvisada, sino gente que tiene alrededor de 50 años haciendo radiodifusión, así que cualquier crisis se la ha podido superar en base a esa capacidad y ese conocimiento.”</p>	<p>Considera de suma importancia el rol del directivo del medio radial.</p>

	¿Qué canales o medios de comunicación (internos y externos) considera más efectivos para mantener la confianza y la transparencia durante una situación de crisis?	“De manera interna pues los grupos de mensajería como WhatsApp y de manera externa nuestras redes sociales y si llegue a darse otro tipo de situación podría ser un boletín de prensa”	Menciona los canales que considera importantes el uso en su medio
Manejo de Crisis			
	A partir de experiencias anteriores, ¿qué cambios o mejoras han implementado en la comunicación organizacional para fortalecer la respuesta ante futuras crisis?	Como mencione no hemos tenido alguna situación de crisis sin embargo tenemos protocolos para emergencias, portavoz oficial a demás buscamos capacitarnos en manejo de este tipo de situaciones.	Resalta que no ha pasado por una crisis, sin embargo, la reparación es su respuesta

	<p>¿Qué estrategias o protocolos de comunicación aplican para prevenir o responder ante una crisis dentro de la emisora?</p>	<p>“Antes de que ocurra una crisis, promovemos una cultura de comunicación abierta para que cualquier problema potencial se pueda identificar y prevenir desde el inicio. También monitoreamos constantemente los comentarios de la audiencia para anticipar posibles focos de conflicto.”</p>	<p>Promueven la capacitación continua.</p>
--	--	--	--

**Fuente:** Respuesta de entrevista a Periodista Radio Amor 89.3 Fm

**Elaborado por:** Dania Orrala y Jimmy Santos

**Fecha:** octubre 2025

**Cuadro 4.** Matriz de respuesta y fundamentación teórica sobre la comunicación organizacional y el manejo de crisis en medios radiales.

Categorías	Preguntas	Respuesta única representativa	Observaciones	Análisis teórico
Comunicación Organizacional	¿Cómo define la comunicación organizacional dentro de su emisora?	“Y es un proceso, cierto está, de permanente diálogo, de coordinación, de retroalimentación, que permite que cada área de locutores, periodistas profesionales, de producción, controles, equipo técnico, en definitiva, saben lo que tienen que hacer, el rol y la responsabilidad que tienen de estricto cumplimiento bajo los parámetros de la ética, bajo los parámetros de saber cumplir con la tarea encomendada.”	Destaca la importancia de tener una buena comunicación interna para el funcionamiento de la empresa radial.	La buena y correcta interacción entre trabajadores permite un mejor desempeño de los periodistas en sus trabajos diarios y a su vez el alcance de objetivos generales de la radio. (Carrascal Chiquito & Robalino Carriel, 2025)
	¿Podría describir alguna situación de crisis (técnica, reputacional, económica o personal) que haya enfrentado la emisora y explicar cómo la comunicación interna contribuyó a solucionarla?	“tuvimos un tema en particular, o un inconveniente, estuvimos fuera del aire aproximadamente dos años. Y en ese tiempo que nos cerraron la emisora, obviamente fue muy complicado porque ya no podíamos locutar, no había programas, nos habían cerrado, quitado prácticamente el dial. Entonces, ¿qué hicimos?, la coordinación de la emisora fue muy importante. Estuvieron ahí, alentando a que esto se solucionara pronto, para que de una u otra manera, pues, las cosas puedan fluir, ¿no? Ya luego de un tiempo nos regresaron el dial, ya el gerente pudo solucionar el contrat tiempo”.	Señala que a pesar de que como medio estuvieron inactivos durante 2 años, gracias a la coordinación de la misma lograron regresar al aire.	Mantener la radio al aire y con calidad técnica y comunicacional siempre está en riesgo según (Kaplún, 2019)

Manejo de crisis	¿Durante una crisis, ¿qué tan importante considera el rol del director o propietario de la radio en la comunicación con el equipo de trabajo y con la audiencia?	“Porque es el guía, porque es el faro, porque es el centinela, es quien ejerce ese liderazgo bien entendido con empatía, sin tomar decisiones precipitadas, optando por hablar con el personal y con la gente. gracias al liderazgo que mantienen quienes administran la radio, con éxito, por cierto, porque no son gente improvisada, sino gente que tiene alrededor de 50 años haciendo radiodifusión, así que cualquier crisis se la ha podido superar en base a esa capacidad y ese conocimiento.”	Considera super importante el rol del directivo dentro del medio radial, porque es la guía de esta.	El gerente es un profesional de alto nivel que tiene la responsabilidad de dirigir toda una organización, con la finalidad de obtener óptimos y provechosos resultados en su producción. (Diaz Cardozo, 2016).
	¿Qué canales o medios de comunicación (internos y externos) considera más efectivos para mantener la confianza y la transparencia durante una situación de crisis?	“De manera interna pues los grupos de mensajería como WhatsApp y de manera externa nuestras redes sociales y si llegue a darse otro tipo de situación podría ser un boletín de prensa”,	Todas las respuestas destacan los mismos medios usados de manera interna como externa	La comunicación organizacional implica una interdependencia entre el ámbito interno y externo según (Oyarvide Ramírez et al., 2017)
	A partir de experiencias anteriores, ¿qué cambios o mejoras han implementado en la comunicación organizacional para fortalecer la respuesta ante futuras crisis?	“Después de esa crisis hemos estado nosotros como un poco más fortalecidos. Si tal vez no existía un poco de comunicación, a pesar de ser un medio de comunicación que sí se da, considero que ahora la comunicación está un poco más efectiva, está un poco más acorde a lo que vivimos. Cualquier cosita, pues mire, pasa esto, pasa lo de aquí, cada programa tiene un director en la cual a ellos se dirigen o a ellas se dirigen en caso de que	Señala que gracias a ello pudo salir adelante y ahora son un medio fuerte a nivel local.	La comunicación interna se ocupa de gestionar las relaciones entre los diferentes stakeholders internos e influye en la forma en que estos perciben la organización. (López Quesada, 2021)

		ocurra alguna novedad”		
	Qué estrategias o protocolos de comunicación aplican para prevenir o responder ante una crisis dentro de la emisora?	“Me permitiría contestarle en tres ejes. El de prevención, el de respuesta y recuperación. Cuando hablamos de prevención, se realiza un monitoreo permanente de la programación, las redes y la opinión pública para detectar posibles conflictos. En respuesta, se activa un equipo de coordinación liderada por la dirección encargada de elaborar mensajes oficiales y definir voceros autorizados. Y en la fase de recuperación se evalúan los errores y se generan aprendizajes institucionales que permitan fortalecer la confianza con los oyentes “.	Destaca 3 ejes como lo son la prevención, respuesta y recuperación.	Si la Comunicación es fundamental para cualquier proceso de gestión, lo es más todavía para las situaciones de crisis, ya que la actitud de las personas hacia el riesgo y los que consideren responsables de su gestión, ha cambiado mucho en los últimos años. (Maciel & Rodríguez, 2006)

**Fuente:** Resultados de entrevista a periodistas de los tres medios radiales.

**Elaborado por:** Dania Orrala y Jimmy Santos

**Fecha:** octubre 2025

**Cuadro 5.** Entrevista a experta en comunicación organizacional y manejo de crisis

Apellidos y nombres	Lic. Lorena Álvarez Garzón, PhD.		
Cargo	Docente en la Universidad Técnica de Cotopaxi.		
Especialidad	Licenciada en Comunicación Social y Doctora Dentro del Programa de Doctorado en Información y Comunicación.		
Entrevistador	Orrala Tumbaco Dania Lisbeth y Santos Mora Jimmy Steven.		
Fecha	4 de octubre de 2025		
<b>Categoría</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Observación del investigador</b>
Comunicación Organizacional	Desde su experiencia, ¿cómo puede la comunicación organizacional ayudar a que un medio radial proyecte una mejor imagen y mantenga la confianza de su audiencia?	“La comunicación organizacional siempre es importante en cualquier ámbito, incluso en los mismísimos medios de comunicación. A veces resulta un poco paradójico que los medios no ocupan sus propias estrategias, en realidad la comunicación organizacional puede apoyar una mejor imagen, incluso genera una confianza e interacción real por parte de la audiencia. Para ello yo creo que es importante siempre manejar el tema de coherencia a la hora de emitir un mensaje. Creo que es súper importante ser muy transparentes y honestos en lo que hacemos la radio como tal”	Claridad y coherencia en la respuesta puesto que resalta la importancia de la transparencia de un medio radial.
	¿Qué tipo de estrategias comunicativas considera más útiles para mantener unido al equipo y lograr que todos transmitan el mismo mensaje institucional?	“En primer lugar, el empoderamiento por parte del equipo de trabajo, es decir, que todo el equipo esté sumamente claro de la identidad de la radio como tal y qué es lo que lo quiere lograr, luego generar una comunicación interna efectiva, es decir, que todos quienes son parte de la radio, en este caso, manejen un mismo discurso y manejen una misma línea, creo que también es importante que se genere capacitación continua en cuanto al personal, para que todos tengan primero herramientas nuevas, novedosas, que cumplan los objetivos de la radio como tal.”	Respuesta precisa y destaca la importancia de la capacitación dentro de un medio.

	¿Cree que una buena planificación en comunicación organizacional puede ayudar a prevenir o reducir el impacto de una crisis dentro de un medio radial? ¿Por qué?	“Si, considero que se debe contar con una planificación o un protocolo ya que eso nos ayuda un montón porque generalmente estos casos son fortuitos e inmediatos, nadie se los espera y si no está claro el protocolo o manual de cómo actuar pues los periodistas, productores o administrativos están perdidos. Entonces yo creo que cuando nosotros trabajamos en un manual o en un protocolo que podemos seguir, definitivamente vamos a reducir el impacto de una crisis que pudiese vivir al interior del medio.”	Destaca la importancia de contar con un manual en el medio.
Manejo de Crisis	En su opinión, ¿qué tipo de situaciones suelen convertirse en crisis para los medios radiales de La Libertad? ¿Cómo suelen enfrentarlas?	“Yo creo que en los últimos tiempos y en este contexto de inseguridad que vive el país, nos ha tocado a todos la cobertura de noticias que son sumamente sensibles, que, si no tienen una cobertura adecuada, se convierten en noticias muy sensibles, si no hay un manejo ético, adecuado, puede causar crisis y negativas por parte de la audiencia. También pueden presentarse errores de transmisión, puede ser, y ahora con la IA, yo creo que lo que les ha pasado a muchos medios de comunicación es que han transmitido información totalmente incorrecta que daña la reputación del medio y por último, conflicto eterno entre autoridades y medios.”	Destaca la necesidad del cuidado ético para evitar crisis.
	¿Qué tan importante es el papel del portavoz o del responsable de comunicación cuando se presenta una crisis mediática?	“Es sumamente importante tener un responsable de la comunicación para épocas de crisis, especialmente en las instituciones públicas, también la comunicación siempre debe ser manejada de manera clara, precisa e incluso contar cómo se está tratando de resolver y gestionar nuestra reputación, es decir, proteger nuestra reputación como medio, minimiza el daño causado por determinada situación” situación.”	Destaca la importancia de un portavoz en un medio radial.

	<p>¿Podría compartir algún caso reciente (local o cercano) donde un medio radial haya pasado por una crisis y cómo logró (o no logró) superarla?</p>	<p>“Claro, una vez se leyó una noticia falsa que nosotros pensamos que era verificada y fue muy vergonzoso porque parecía que era muy real y la gente, claro, como lo dijimos al aire, pensó que sí pasó, pero luego ya nos dimos cuenta de que era fake. Entonces, ahí activamos todo el protocolo de comunicación y pues salimos al aire a decir claramente que nosotros, como comunicadores al igual que la audiencia, también recibimos fake news y la IA cada vez las hace más reales, entonces fue nuestro error no poder verificarlo y el resultado es que hemos mal informado y por eso pedimos disculpas y eso lo pusimos en todos nuestros horarios, de tal manera que el que en la mañana no escuchó, lo puede escuchar el mediodía o lo puede escuchar en la tarde.”</p>	<p>Precisa y destaca su experiencia.</p>
--	--	--	--

**Fuente:** Resultados de entrevista a periodistas de los tres medios radiales.

**Elaborado por:** Dania Orrala y Jimmy Santos

**Fecha:** octubre 2025

**Cuadro 6.** Matriz de Respuesta y fundamentación teórica.

<b>Categorías</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta única representativa</b>	<b>Observaciones</b>	<b>Análisis teórico</b>
Comunicación Organizacional	¿Cómo puede la comunicación organizacional ayudar a que un medio radial proyecte una mejor imagen y mantenga la confianza de su audiencia?	“La comunicación organizacional siempre es importante, pues genera una confianza e interacción real por parte de la audiencia. Es importante ser transparentes y honestos.”	Claridad y coherencia en la respuesta; resalta la importancia de la transparencia del medio radial.	Según (Chiavenato, 2009) la comunicación organizacional es clave para generar identidad, credibilidad y confianza en los públicos
	¿Qué tipo de estrategias comunicativas considera más útiles para mantener unido al equipo y lograr que todos transmitan el mismo mensaje institucional?	“Empoderamiento del equipo, comunicación interna efectiva y capacitación continua para mantener una misma línea de mensaje institucional.”	Precisa y destaca la importancia de la capacitación dentro del medio.	Como indica (Flores Godoy, 2022) La formación continua se ha convertido en una de las principales estrategias para el desarrollo de las potencialidades del ser humano.
	¿Cree que una buena planificación en comunicación organizacional puede ayudar a prevenir o reducir el impacto de una crisis dentro de un medio radial? ¿Por qué?	“Sí, contar con un protocolo o manual de acción ayuda a reducir el impacto de una crisis y orienta al personal sobre cómo actuar.”	Destaca la importancia de contar con un manual o protocolo en el medio.	Según (Fierros Uehara, 2005) Es importante preparar un plan de comunicación que incluya a todos los diferentes públicos de interés de la organización, tanto internos como externos, para evitar que la comunicación e

				información salgan de control, deberá nombrarse, dentro del equipo de manejo de crisis a un vocero que será el filtro por el cual pasará toda la información antes de ser dada a conocer públicamente.
Manejo de crisis	¿Qué tipo de situaciones suelen convertirse en crisis para los medios radiales de La Libertad? ¿Cómo suelen enfrentarlas?	“Noticias sensibles, errores de transmisión, difusión de información incorrecta (fake news) o conflictos con autoridades.”	Destaca la necesidad del cuidado ético en la cobertura periodística para evitar crisis.	Las malas prácticas periodísticas y de medios de comunicación pueden cambiarse al interiorizar los ejes de la ética periodística y promover iniciativas desde los medios, periodistas, reporteros y presentadores, para que todo hombre de prensa se convierta en un actor clave en la construcción de la realidad en estos tiempos de crisis. (Ríos Incio)
	¿Qué tan importante es el papel del portavoz o responsable de comunicación cuando se presenta una crisis mediática?	“Es fundamental contar con un portavoz que comunique de forma clara, precisa y transparente, protegiendo la reputación del medio.”	Resalta la importancia del portavoz en la gestión de crisis.	(Palma Peña, 2024) señala que las instituciones deben fortalecer su imagen, reputación y prestigio mediante una comunicación profesional. lo que exige contar con una figura que represente a la organización.

	¿Podría compartir algún caso reciente donde un medio radial haya pasado por una crisis y cómo logró superarla?	“Se difundió una noticia falsa; el medio activó el protocolo, pidió disculpas y aclaró el error en todos los horarios.”	Precisa y destaca su experiencia vivida en el manejo de la crisis	Según (Losada Maestre,2002). Si a las crisis se les añade la existencia de las redes sociales o de las nuevas formas de comunicación digital, parece que el problema de las noticias falsas se acentúa.
	¿Podría compartir algún caso reciente donde un medio radial haya pasado por una crisis y cómo logró superarla?	“Se difundió una noticia falsa; el medio activó el protocolo, pidió disculpas y aclaró el error en todos los horarios.”	Precisa y destaca su experiencia vivida en el manejo de la crisis	Según (Losada Maestre, 202). Si a las crisis se les añade la existencia de las redes sociales o de las nuevas formas de comunicación digital, parece que el problema de las noticias falsas se acentúa.

**Fuente:** Resultados de entrevista a periodistas de los tres medios radiales.

**Elaborado por:** Dania Orrala y Jimmy Santos

**Fecha:** octubre 2025

## 5. DISCUSIÓN

### 5.1 Discusión encuesta.

Los resultados cuantitativos obtenidos a través de la encuesta aplicada a los medios radiales del cantón la libertad, ante la pregunta 2, ¿Mi emisora cuenta con protocolos o lineamientos que podrían aplicarse ante una crisis futura?, la mayoría del personal respondió de forma afirmativa, lo que evidencia que las emisoras del cantón La Libertad han desarrollado mecanismos básicos de prevención y respuesta. Este resultado refleja una estructura organizacional consciente de la necesidad de anticiparse a posibles contingencias comunicacionales. Criterios que se relacionan con Vidal Díaz et al. (2022), quienes señalan que la preparación ante crisis implica diseñar planes y acciones preventivas que garanticen respuestas rápidas y coherentes frente a escenarios adversos. La existencia de protocolos formales en los medios radiales es un indicador de madurez institucional, aunque se requiere fortalecer la socialización interna de estos documentos para asegurar su correcta aplicación.

En cuanto a la interrogante 4, ¿He recibido capacitación o entrenamiento sobre comunicación organizacional y manejo de crisis?, se observa que un alto porcentaje de los trabajadores afirma haber participado en procesos formativos. Esto demuestra una clara preocupación por el fortalecimiento de competencias comunicacionales y la profesionalización del personal. Esta tendencia se alinea con lo expuesto por Caiche Vera y García González (2022), quienes sostienen que la capacitación constante es un elemento clave en la gestión efectiva de crisis, ya que garantiza coherencia, transparencia y credibilidad en los mensajes institucionales. Por tanto, la formación continua permite que los equipos radiales respondan con solvencia ante situaciones de emergencia, reduciendo el margen de improvisación.

Respecto a la pregunta 9, ¿La emisora está suficientemente preparada para enfrentar posibles crisis en el futuro?, los resultados muestran percepciones divididas: si bien una mayoría confía en la preparación del medio, un porcentaje considerable se mantiene neutral, lo que revela la existencia de dudas o desconocimiento sobre los planes de acción. Esta dualidad sugiere que la preparación no siempre se traduce en seguridad percibida por el personal. Según Martínez Solana y Túñez-López (2021), la falta de coordinación y claridad en los procesos comunicacionales genera entropía institucional, debilitando la respuesta ante crisis. En este sentido, es fundamental fortalecer la comunicación interna y la asignación de roles, garantizando que cada colaborador conozca su función y actúe con certeza en momentos críticos.

## **5.2 Discusión de entrevistas.**

Las entrevistas fueron aplicadas a tres medios radiales del cantón La Libertad: Radio Amor 89.3 FM, de cobertura regional, y las emisoras locales Radio La Voz de la Península 93.3 FM, Radio La Fiera 107.3 FM, Radio La T-Kla 105.7 FM, Radio Antena 3 91.7 FM y Radio Fragata 96.1 FM.

En relación con la primera pregunta ¿Cómo define la comunicación organizacional dentro de su emisora? los tres medios, tanto Radio Antena 3, Radio Amor y Radio La Fiera, nos indican la importancia que tiene el mantener una buena comunicación interna dentro del medio ya que parte de eso la manera en cómo pueden ellos actuar frente a posibles crisis. (Merlano Medrano, 2012).

En la pregunta número 3 que nos dice Durante una crisis, ¿qué tan importante considera el rol del director o propietario de la radio en la comunicación con el equipo de

trabajo y con la audiencia?, Zully Sánchez representante de Radio Antena 3 resalta la importancia de que el gerente sea una cabeza que pueda orientar, corregir algo necesitamos esto, necesitamos que pongan más empeño o ese tipo de acciones que realiza el mismo. De la misma manera Miguel Neira gerente de radios la Fiera indica que el papel que cumple como gerente en su medio es de suma importancia en situaciones donde se vea afectada la comunicación dentro de esta. Por otro lado, Joffre Paredes trabajador de Radio Amor indica que el papel del gerente es como la guía o el faro de la misma organización por ende también destaca la importancia. Según (Leithwood, 2009) El liderazgo de los profesores puede ser incluso más variado en formas y funciones.

Y por último en la interrogante ¿Qué estrategias o protocolos de comunicación aplican para prevenir o responder ante una crisis dentro de la emisora? Tanto Miguel Neira, Zully Sánchez y Joffre Paredes, todos coinciden en que las estrategias deben ser la capacitación continua y el manejo de manuales ante crisis. Es por lo que según (Cid Sabas & Boldovinos Leiva, 2025) Para alcanzar resultados satisfactorios, éstas buscan contratar individuos capacitados para cada puesto.

En cuanto a las interrogantes a la experta nos gustaría destacar las siguientes, interrogante que nos dice ¿Qué tipo de estrategias comunicativas considera más útiles para mantener unido al equipo y lograr que todos transmitan el mismo mensaje institucional? A lo que los medios entrevistados indicaron que la conversación continua entre directivos y trabajadores también destaca la importancia de contar con un manual de crisis en los mismos. Como nos indica (Rojas Orduña, 2003) “las compañías deberían tener un manual de crisis en el que se establecieran los mecanismos básicos para abordar situaciones contingentes, inmediatamente después de ocurrido el acontecimiento.

## 6. CONCLUSIONES

- La comunicación organizacional en los medios radiales del cantón La Libertad constituye una herramienta estratégica esencial para el manejo eficaz de crisis, ya que permite mantener la coherencia informativa, fortalecer la coordinación interna y preservar la reputación institucional durante situaciones críticas.
- El análisis de los canales de comunicación interna evidencia que la mayoría de las emisoras poseen mecanismos funcionales de difusión de información, aunque persiste la necesidad de fortalecer la claridad en los flujos comunicacionales y la capacitación del personal para un uso más eficiente de los mismos.
- Los protocolos y lineamientos de gestión de crisis existen en la mayoría de los medios, pero no todos los colaboradores los conocen o aplican correctamente. Esto demuestra una brecha entre la planificación institucional y su ejecución práctica ante eventos adversos.
- Las entrevistas revelaron que la comunicación organizacional influye directamente en la imagen y credibilidad de las emisoras, consolidando la confianza del público cuando la información es transparente y oportuna, y debilitándola cuando se perciben contradicciones o desorganización interna.
- La mayoría del personal considera que su medio está moderadamente preparado para enfrentar crisis futuras; sin embargo, el 32% mantiene una percepción neutral, lo cual refleja inseguridad institucional y la urgencia de una política de comunicación más participativa y sostenida.
- Se comprueba la hipótesis de que la comunicación organizacional influye significativamente en el manejo de crisis dentro de los medios radiales del cantón La Libertad, ya que aquellos con estructuras comunicativas claras y liderazgo definido presentan respuestas más coherentes y efectivas ante eventos críticos.

## 7. RECOMENDACIONES

- Diseñar e implementar un plan integral de comunicación de crisis adaptado a las características de cada emisora, que contemple protocolos de actuación, asignación de roles y estrategias de difusión tanto interna como externa.
- Fortalecer los canales internos de comunicación mediante capacitaciones periódicas, uso de herramientas digitales colaborativas y reuniones de retroalimentación que garanticen la transparencia informativa.
- Actualizar y socializar los protocolos de crisis con todo el personal, asegurando que su contenido sea comprendido y practicado mediante simulacros y talleres de respuesta inmediata.
- Implementar un manual de buenas prácticas comunicacionales, orientado a mejorar la coherencia y claridad del mensaje institucional, reforzando la credibilidad y la confianza del público ante cualquier contingencia.
- Fomentar la formación continua del personal en comunicación estratégica y manejo de crisis, con especial énfasis en liderazgo comunicativo y gestión emocional en contextos de alta presión.
- Consolidar una cultura organizacional preventiva, donde la comunicación fluya como eje transversal de todas las operaciones del medio, promoviendo la anticipación y el trabajo colaborativo como pilares para enfrentar crisis futuras.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alexander, D., Palen, L., & Starbird, K. (2020). *Media communication strategies on social media during Hurricane Harvey*. arXiv: <https://arxiv.org/abs/2004.08567>
- Altamirano Benítez, V., Paladines Galarza, F., & Puertas Hidalgo, R. (2018). *Comunicación preventiva y de crisis en las instituciones privadas del*. <https://xescom2018.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/01/actas-2-edicion-completo-146-161.pdf>
- Alvizures Escobar, A. V. (2020). *Diagnóstico y estrategia de comunicación interna de la Dirección General de Radiodifusión y Televisión Nacional (DGRTN) en el marco de la crisis de salud del COVID-19*. UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.
- Aquino Negrín, O., & Hernández Romero, G. (2021). Tecnologías de la Información y Comunicación como herramientas de trabajo en docentes mayores de 60 años. *Revista Sinapsis*, 1(19), 15.
- Benoitt, W. L. (15 de Enero de 2019). *oxford bibliographies*. <https://www.oxfordbibliographies.com/>: <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0103.xml>
- Caiche Vera, M. B., & García González, V. M. (2022). *Comunicación de Crisis: Gestión de la Comunicacional Organizacional en el GAD del cantón Santa Elena, durante la emergencia sanitaria*. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.46296/rc.v5i9.0036>
- Caiza Jami, E., & Díaz Coronel, J. J. (2025). *Análisis de la gestión de crisis en comunicación interna y externa al momento de la reducción del presupuesto. Caso Universidad Central del Ecuador (2020)*. Universidad Central del Ecuador.
- Carrascal Chiquito, H., & Robalino Carriel, J. R. (2025). *Análisis de la comunicación interna de las estaciones radiales de amplitud modulada en Guayaquil*. redicedia RED DE INVESTIGADORES.
- Cid Sabas, J., & Boldovinos Leiva, I. (2025). Capacitación al personal y su influencia en el desempeño laboral. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1), 9.
- Coll, L. R. (2017). *Factores de la comunicación organizacional interna que*. Comunicación., L. O. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*.
- Coombs, T. (2007). Protección de la reputación organizacional durante una crisis: El desarrollo y la aplicación de la teoría de la comunicación situacional en crisis. *Revista de Reputación Corporativa*, 163-177.
- Cordova, A., Zhune, S., & Tusa, F. (2023). Competencias organizacionales del comunicador social del ECU 911 ante situaciones de crisis. *Universidad de San Francisco de Quito*, 7(1), 106-139. <https://doi.org/10.18272/pd.v7i1.3107>
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (2013). Metodología de investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*, 163. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Díaz Cardozo, G. (2016). El Gerente Coaching en la Gerencia. *Revista Científica*, 1(2), 110-130. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2016.1.2.7.110-130>
- Dircom. (2025). *Dircom*. Retrieved 03 de marzo de 2025, from Dircom.
- Espinoza Mora, T. L. (2023). *Propuesta de un plan de comunicación para situaciones de crisis en la EMAC*. Universidad Politécnica Salesiana.
- FLACSO Andes. (2014). *La comunicación organizacional en crisis: redefinición de la relación organización-medios*. Repositorio FLACSO: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/5456>
- García Ponce, D., & Smolak Lozano, E. (2013). COMUNICACIÓN DE CRISIS: COMPILACIÓN Y REVISIÓN DE TEORÍAS Y TAXONOMÍAS PRÁCTICAS DESDE UNA PERSPECTIVA CUALITATIVA. *Revista de Comunicación Vivat Academia*(124), 51-67.
- García Ponce, D., & Smolak Lozano, E. (2013). COMUNICACIÓN DE CRISIS: COMPILACIÓN Y

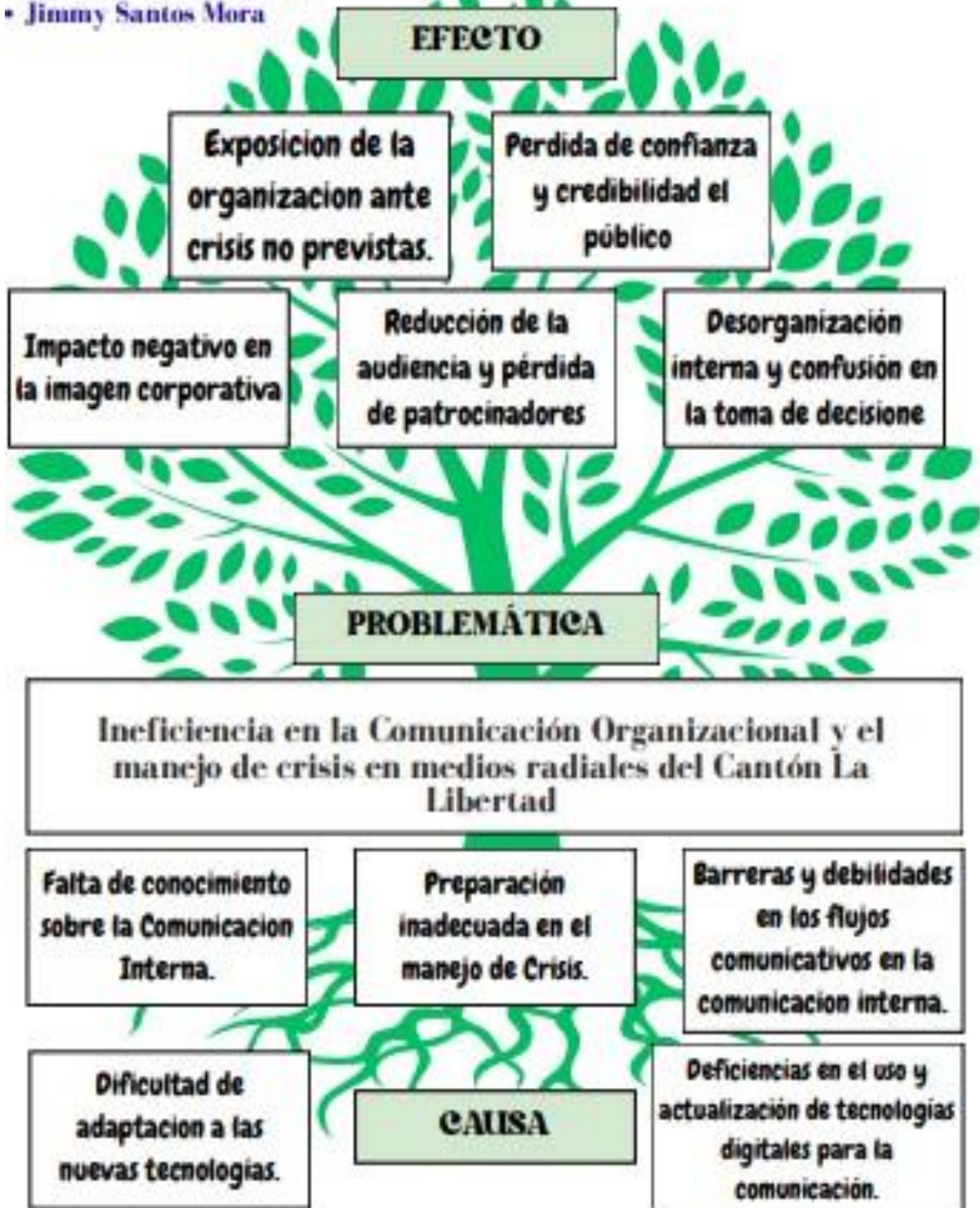
- REVISIÓN DE TEORÍAS Y TAXONOMÍAS PRÁCTICAS DESDE UNA PERSPECTIVA CUALITATIVA. *Revista de Comunicación Vivat Academia*(124), 51-67.
- Godoy Martín, F. J. (2022). ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE CRISIS EN REDES SOCIALES: El caso del incremento del precio de los carburantes. *evista Internacional de Cultura Visual* , 9, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3651>
- Henao, A. E. (2019). *La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital*. Revista GEON .
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hidrobo Nina, G. d., & Mena Clerque, S. E. (2025). Impacto de la comunicación digital en la gestión de crisis institucional. *Revista Pacha. Revists Pacha*Revista Pacha, 6(2), 1–15. <https://doi.org/10.46652/pacha.v6i17.364>
- Hristoulas, A. (s.f.). *Revista IUS*. revistas anahuac: <https://revistas.anahuac.mx/index.php/iuristantum/article/view/654/692#info>
- Julian Marx, M. M. (2018). *Sense-Giving Strategies of Media Organisations in Social: Findings from Hurricane Harvey*. <https://arxiv.org/pdf/2004.08567>
- Kaplún, G. (2019). Las radios comunitarias uruguayas: entre la legalización y la legitimación social. *Revista Enfoques de la Comunicación*(1), 192.
- Leithwood, K. (2009). *¿Cómo liderar nuestras escuelas?*
- López Quesada, M. (Febero de 2021). *Asociacion de Directivos de Comunicación*. dircom.org: [https://www.dircom.org/wp-content/uploads/2021/07/manual\\_comunicacion\\_interna\\_dircom.pdf](https://www.dircom.org/wp-content/uploads/2021/07/manual_comunicacion_interna_dircom.pdf)
- Maciel , J., & Rodríguez, J. (2006). *LA GESTION DE LA COMUNICACION EN SITUACION DE CRISIS Y RESPUESTA ANTE UNA EMERGENCIA*. X CONGRESO INTERNACIONAL DE INGENIERIA DE PROYECTOS.
- Marker , A. (20 de Julio de 2020). *Smartsheet*. <https://es.smartsheet.com/>: <https://es.smartsheet.com/content/crisis-management-model-theories>
- Martínez Solana, M. Y., & Túñez-López, J. M. (2021). *La gestión de la comunicación de crisis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1387/zer.22074>
- Martínez Solana, M. Y., & Túñez-López, J. M. (2021). *La gestión de la comunicación de crisis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1387/zer.22074>
- Medina Mínguez, R. M. (2017). *Comunicación en situaciones de crisis: Factores de éxito que favorecen su eficacia*. Universidad de Murcia.
- Menéndez Jurado, G. Z. (2025). Análisis comparativo de la gestión de la imagen corporativa en Radio Sono Onda y San Gregorio Radio. *Revista San Gregorio*, 1(2), 69-78. [https://doi.org/10.36097/rsan.v1iEspecial\\_2.3239](https://doi.org/10.36097/rsan.v1iEspecial_2.3239)
- Merlano Medrano, S. (2012). *LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS ORGANIZACIONES*. *Eumed*.
- Monica, V. F. (2005). *Comunicación organizacional Abordajes y perspectivas de análisis*. Quito.
- MONICA, V. F. (2005). *Comunicación organizacional Abordajes y perspectivas de análisis*. Quito.
- Montaño, H. O.-E. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 3(4), 14.
- Oyarvide Ramírez , H., Reyes Sarria, E., & Montaño Colorado, M. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*., 3(4), 296-309. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.4.oct.296-309>
- Pérez Coll, L. R. (2017). *Factores de la comunicación organizacional interna que inciden en la imagen corporativa*. UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ.
- Rivera, A. B., Rojas, L. R., Ramírez, F., & Álvarez de Fernandez, T. (2005). *LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL*. *Negotium*, 1(2), 32 - 48.
- Rojas Orduña , O. (2003). La comunicación en momentos de crisis. *Comunicar*(21), 137-140.
- Shari R., V., & Rebekah A., H. (2012). *Best practices as an assessment for crisis communication*.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13632541211217560>
- Trelles Rodríguez, I. (2004). *LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*. Felix Varela.
- Trelles Rodriguez, I. (2014). *Comunicacion Organizacional*. Repositorio institucional de la Universidad de Las Tunas.
- Ugochukwu Obasi, C. (2024). *El papel de los medios de comunicación en la comunicación de crisis en las relaciones públicas*. <https://doi.org/10.52589/BJMCMR-CBQRSM5Z>
- Vahos Zuleta, F. C. (2018). ¿Cómo gestionar una crisis reputacional? *Revista Perspectiva Empresarial*, 5(1), 93-108. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.16967/rpe.v5n1a8>
- Vidal Díaz, D., Vidal Díaz, D., & Gutiérrez López, O. (2022). *Principios para la elaboración de un Manual para la Gestión de Comunicación de Crisis en las organizaciones*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2313>
- Westphalen, M. H., & Piñuel, J. L. (1993). *La Dirección de Comunicación. Prácticas*. MADRID: Ediciones El Prado.
- XESCOM. (2019). *Estado del conocimiento sobre comunicación de crisis en Ecuador*. II Congreso Internacional de Comunicación XESCOM: <https://xescom2018.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/01/actas-2-edicion-completo-146-161.pdf>
- Zafra Galvis, O. (2006). Tipos de Investigación. *Revista Científica General José María Córdova*, 4(4), 13-14.
- Zamoum, K., & Serra Gorpe, T. (2018). *Crisis Management: A Historical and Conceptual Approach for a Better Understanding of Today's Crises*. IntechOpen. <https://doi.org/DOI:10.5772/intechopen.76198>
- Zapata Chacón, R. P. (2016). *Elaboración del Manual de crisis para el Ministerio de Salud Pública*. Universidad Central del Ecuador.

## ANEXOS

### Anexo I Árbol del Problema.

- Dania Orrala Tumbaco.
- Jimmy Santos Mora



## Anexo II Matriz de validación de instrumentos de investigación.

### INSTRUMENTO

**Técnica:** Encuesta con escala de Likert

**Instrumento:** Cuestionario

**Tema:** La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad, durante 2025.

**Objetivo General:** Analizar la comunicación organizacional como estrategia para el manejo de crisis de los medios radiales del cantón La Libertad, durante 2025, con el fin de fortalecer su capacidad de respuesta y sostenibilidad institucional.

**Escala:** 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo

<b>Variable independiente: Comunicación Organizacional</b>		1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que existen suficientes canales de comunicación interna en el medio radial?					
2	¿Recibe información relevante sobre la organización a través de los medios oficiales?					
3	¿Puede identificar cuando el medio radial está enfrentando una crisis?					
4	¿Cuenta el medio radial con herramientas tecnológicas adecuadas para la gestión de información?					
<b>Variable dependiente: Manejo de crisis</b>						
1	¿Su medio radial cuenta con protocolos o planes previamente establecidos para actuar frente a situaciones de crisis comunicacional?					
2	¿Considera que la rapidez y coordinación del equipo de trabajo son adecuadas al momento de responder ante una crisis comunicacional?					
3	¿Después de una situación crítica, se realiza una evaluación interna para identificar errores y fortalecer futuras estrategias comunicativas?					
4	¿Cree que la forma en que su medio gestiona la comunicación en momentos de crisis influye en la confianza del público hacia la emisora?					

La Libertad 12 de octubre del 2025



Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Juez Experto**





# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

Manejo de crisis de medios radiales									X		X		X			
	Preparación antes la crisis.	Capacidad del medio para anticipar y planificar acciones frente a situaciones críticas.	¿Su medio radial cuenta con protocolos o planes previamente establecidos para actuar frente a situaciones de crisis comunicacional?						X		X		X			
	Respuesta ante la crisis	Eficiencia del equipo para reaccionar con rapidez y coherencia ante una crisis.	¿Considera que la rapidez y coordinación del equipo de trabajo son adecuadas al momento de responder ante una crisis comunicacional?						X		X		X			
	Comunicación durante la crisis	Claridad y veracidad de la información emitida durante crisis.	¿Durante una crisis, la información difundida por el medio se comunica de forma clara, coherente y sin contradicciones?						X		X		X			
	Evaluación post crisis	Análisis para identificar aprendizajes y mejorar la gestión comunicacional.	¿Cree que la forma en que su medio gestiona la comunicación en momentos de crisis influye en la confianza del público hacia la emisora?						X		X		X			
Reputación y confianza	Influencia de la gestión de							X		X		X				



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

	crisis en la imagen y credibilidad del medio.																		
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

La Libertad 12 de octubre del 2025

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Juez Experto**





# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

UPSE

**Instrucciones:** Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

**Calificación:**

La Libertad 12 de octubre del 2025

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Juez Experto**



**VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**

<b>DATOS DEL ESTUDIANTE</b>		
<b>Apellidos y nombres:</b> Orrala Tumbaco Dania Lisbeth – Santos Mora Jimmy Steven		
<b>TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>		
La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad, durante 2025.		
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>		
<b>Nombre Del Instrumento:</b>	Cuestionario de Encuesta. Escala de Likert	
<b>Objetivo:</b>	Analizar la comunicación organizacional como estrategia para el manejo de crisis de los medios radiales del cantón La Libertad, durante 2025, con el fin de fortalecer su capacidad de respuesta y sostenibilidad institucional.	
<b>Dirigido a:</b>	Servidores en medio radiales.	
<b>JUEZ EXPERTO</b>		
<b>Apellidos y nombres:</b>	García González Vilma Maribel	
<b>Grado académico:</b>	Licenciada en Comunicación Social	
<b>Especialidad:</b>	Máster en Comunicación e Identidad Corporativa	
<b>Experiencia profesional (años):</b> 12		
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>		
<b>Aplicable</b>	<b>Aplicable después de corregir</b>	<b>No aplicable</b>
<b>Sugerencia:</b>		

La Libertad 12 de octubre del 2025

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Juez Experto**



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

### INSTRUMENTO

**Técnica:** Entrevista

**Instrumento:** Guía semiestructurada de preguntas

**Tema:** La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad, durante 2025.

**Objetivo:** Analizar la comunicación organizacional como estrategia para el manejo de crisis de los medios radiales del cantón La Libertad, durante 2025, con el fin de fortalecer su capacidad de respuesta y sostenibilidad institucional.

<p><b>Entrevistado:</b> Lic. Zully Sánchez</p> <p><b>Cargo:</b> Locutora de Radio Antena 3 91.7 FM</p> <p><b>Especialidad:</b> Licenciado en comunicación social</p> <p><b>Entrevistador:</b> Santos Mora Jimmy Steven</p>			
<p><b>Entrevistado:</b> Sr. Joffre Paredes</p> <p><b>Cargo:</b> Gerente Radio Amor 89.3 FM</p> <p><b>Especialidad:</b> Licenciado en comunicación social</p> <p><b>Entrevistador:</b> Santos Mora Jimmy Steven - Orrala Tumbaco Dania Lisbeth</p>			
<p><b>Entrevistado:</b> Sr. Miguel Neira</p> <p><b>Cargo:</b> Gerente Radio La Fiera 107.3 FM</p> <p><b>Especialidad:</b> Licenciada en comunicación social</p> <p><b>Entrevistador:</b> Orrala Tumbaco Dania Lisbeth</p>			
Variable	Indicador	Pregunta	Respuesta
Comunicación Organizacional	Existencia de canales de comunicación interna.	¿Cómo define la comunicación organizacional dentro de su emisora?	
	Uso de medios oficiales.	¿Podría describir alguna situación de crisis (técnica, reputacional, económica o personal) que haya enfrentado la emisora y explicar cómo la comunicación interna contribuyó a solucionarla?	
	Identificación de tipos de crisis.	¿Qué canales o medios de comunicación (internos y externos) considera más efectivos para mantener la confianza y la transparencia durante una situación de crisis?	
	Identificación de tipos de crisis.		
	Herramientas de gestión de información.		
	Preparación antes la crisis.	¿Qué estrategias o protocolos de comunicación aplican para prevenir o responder ante una crisis dentro de la emisora?	
	Respuesta ante la crisis		



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

Manejo de crisis de medios radiales	Comunicación durante la crisis	Durante una crisis, ¿qué tan importante considera el rol del director o propietario de la radio en la comunicación con el equipo de trabajo y con la audiencia?	
	Evaluación post crisis	A partir de experiencias anteriores, ¿qué cambios o mejoras han implementado en la comunicación organizacional para fortalecer la respuesta ante futuras crisis?	
	Reputación y confianza		

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.

**Juez Experto**



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad, durante 2025.															
AUTOR:		Orrala Tumbaco Dania Lisbeth – Santos Mora Jimmy Steven															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Comunicación Organizacional	Comunicación Interna.	Existencia de canales de comunicación interna.	¿Cómo define la comunicación organizacional dentro de su emisora?						X		X		X		X		
	Comunicación Externa.	Uso de medios oficiales.	¿Podría describir alguna situación de crisis (técnica, reputacional, económica o personal) que haya enfrentado la emisora y explicar cómo la comunicación interna contribuyó a solucionarla?						X		X		X		X		
	Estrategias de Crisis.	Identificación de tipos de crisis.	¿Qué canales o medios de comunicación (internos y externos) considera más efectivos para mantener la confianza y la transparencia durante una situación de crisis?						X		X		X		X		
	Liderazgo Comunicacional	Identificación de tipos de crisis.							X		X		X		X		





# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

		Futuras Crisis?														
Preparación antes la crisis.	Capacidad del medio para anticipar y planificar acciones frente a situaciones críticas.								x		x			x		x

La Libertad 12 de octubre del 2025

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Juez Experto**





# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

**Instrucciones:** Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

**Calificación:**

La Libertad 12 de octubre del 2025

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Juez Experto**



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

### VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
<b>Apellidos y nombres:</b> Orrala Tumbaco Dania Lisbeth – Santos Mora Jimmy Steven		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad, durante 2025.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
<b>Nombre Del Instrumento:</b>	Entrevista	
<b>Objetivo:</b>	Analizar la comunicación organizacional como estrategia para el manejo de crisis de los medios radiales del cantón La Libertad, durante 2025, con el fin de fortalecer su capacidad de respuesta y sostenibilidad institucional.	
<b>Dirigido a:</b>	Servidores en medios radiales	
JUEZ EXPERTO		
<b>Apellidos y nombres:</b>	García González Vilma Maribel	
<b>Grado académico:</b>	Licenciada en Comunicación Social	
<b>Especialidad:</b>	Máster en Comunicación e Identidad Corporativa	
<b>Experiencia profesional (años):</b> 12		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
<b>Aplicable</b>	Aplicable después de corregir	No aplicable
<b>Sugerencia:</b>		

La Libertad 12 de octubre del 2025

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Juez Experto**

## INSTRUMENTO

**Técnica:** Entrevista a experto

**Instrumento:** Guía semiestructurada de preguntas

**Tema:** La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad.

**Objetivo:** Analizar la comunicación organizacional como estrategia para el manejo de crisis de los medios radiales del cantón La Libertad, durante 2025, con el fin de fortalecer su capacidad de respuesta y sostenibilidad institucional.

<b>Entrevistado:</b> Dra. Lorena Álvarez			
<b>Cargo:</b> Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi			
<b>Especialidad:</b> Licenciada en Comunicación social			
<b>Entrevistador:</b> Orrala Tumbaco Dania Lisbeth – Santos Mora Jimmy Steven			
Variable	Indicador	Pregunta	Respuesta
Comunicación Organizacional	Existencia de canales de comunicación interna.	Desde su experiencia, ¿cómo puede la comunicación organizacional ayudar a que un medio radial proyecte una mejor imagen y mantenga la confianza de su audiencia?	
	Uso de medios oficiales.	¿Qué tipo de estrategias comunicativas considera más útiles para mantener unido al equipo y lograr que todos transmitan el mismo mensaje institucional?	
	Identificación de tipos de crisis.	¿Cree que una buena planificación en comunicación organizacional puede ayudar a prevenir o reducir el impacto de una crisis dentro de un medio radial? ¿Por qué?	
	Identificación de tipos de crisis.		
	Herramientas de gestión de información.		
Credibilidad periodística	Capacidad del medio para anticipar y planificar acciones frente a situaciones críticas.	En su opinión, ¿qué tipo de situaciones suelen convertirse en crisis para los medios radiales de La Libertad? ¿Cómo suelen enfrentarlas?	
	Eficiencia del equipo para reaccionar con rapidez y coherencia ante una crisis.	¿Qué tan importante es el papel del portavoz o del responsable de comunicación cuando se presenta una crisis mediática?	
	Claridad y veracidad de la información emitida durante crisis.	¿Podría compartir algún caso reciente — local o cercano— donde un medio radial haya pasado por una crisis y cómo logró (o no logró) superarla?	
	Análisis para identificar aprendizajes y mejorar la gestión comunicacional.		
	Capacidad del medio para anticipar y planificar acciones frente a		



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

situaciones críticas.

--	--	--

La Libertad 12 de octubre del 2025

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Juez Experto**



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

<b>TÍTULO:</b>	La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad.																
<b>AUTOR:</b>	Orrala Tumbaco Dania Lisbeth – Santos Mora Jimmy Steven																
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:						OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN		
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS			ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA	
									SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO
Comunicación Organizacional	Existencia de canales de comunicación interna.	Presencia de fuentes confiables	Desde su experiencia, ¿cómo puede la comunicación organizacional ayudar a que un medio radial proyecte una mejor imagen y mantenga la confianza de su audiencia?						X		X			X		X	
	Uso de medios oficiales.	Evidencia de verificación de datos	¿Qué tipo de estrategias comunicativas considera más útiles para mantener unido al equipo y lograr que todos transmitan el mismo mensaje institucional?						X		X			X		X	
	Identificación de tipos de crisis.	Uso de datos oficiales y testimoniales	¿Cree que una buena planificación en comunicación organizacional puede ayudar a prevenir o reducir el impacto de una crisis dentro de un medio radial? ¿Por qué?						X		X			X		X	



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

	Identificación de tipos de crisis.	Claridad y precisión informativa									X		X			X			X	
	Desinformación	Identificación de contenidos falsos									X		X			X			X	
Manejo de crisis de medios radiales	Preparación antes la crisis.	Capacidad del medio para anticipar y planificar acciones frente a situaciones críticas.	En su opinión, ¿qué tipo de situaciones suelen convertirse en crisis para los medios radiales de La Libertad? ¿Cómo suelen enfrentarlas?								X		X			X			X	
	Respuesta ante la crisis	Eficiencia del equipo para reaccionar con rapidez y coherencia ante una crisis.	¿Qué tan importante es el papel del portavoz o del responsable de comunicación cuando se presenta una crisis mediática?								X		X			X			X	
	Comunicación durante la crisis	Claridad y veracidad de la información emitida durante crisis.	¿Podría compartir algún caso reciente —local o cercano— donde un medio radial haya pasado por una crisis y cómo logró (o no logró) superarla?								X		X			X			X	

Evaluación post crisis	Análisis para identificar aprendizajes y mejorar la gestión comunicacional.								x		x				x		
Reputación y confianza	Influencia de la gestión de crisis en la imagen y credibilidad del medio.								x		x				x		

La Libertad 12 de octubre del 2025



Lic. Vilma Maribel García González, MSc.  
**Juez Experto**



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN


### FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario de entrevista a experto – Comunicación Organizacional – Manejo de Crisis

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
19. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				x	
20. Objetividad	Expresa conductas observables																				x	
21. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				x	
22. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				x	
23. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				x	
24. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				x	
25. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				x	



**Anexo III:** Encuestas realizada a periodistas, locutores y personal administrativos de los medios Radiales.



# UPSE

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

## La Comunicación Organizacional como estrategia para el manejo de crisis en medios radiales del Cantón La Libertad, durante 2025.

Objetivo: Medir percepción, preparación y disposición del personal radial frente a posibles crisis.

Leer cada afirmación y marcar el nivel según la escala de Likert:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

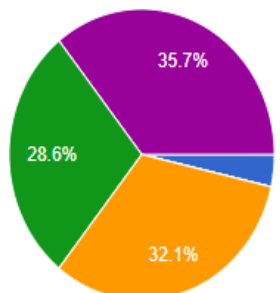
lisbeth31tumbaco@gmail.com [Cambiar cuenta](#)🔒

📧 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Conozco el concepto de "crisis" en el contexto de un medio radial \*

Please enter your short name



Categoría	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	~1.6%
En desacuerdo	~1.6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32.1%
De acuerdo	28.6%
Totalmente de acuerdo	35.7%

**Anexo IV: Entrevistas a los periodistas de Radio Antena 3 91.7FM, Radio La Fiera 107.3 FM, Radio Amor 89.3 FM**

**Radio La Fiera 107.3 FM**



**Radio Amor 89.3 FM**



Radio Antena 3 91.7 FM



## Anexo V

### ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN I:

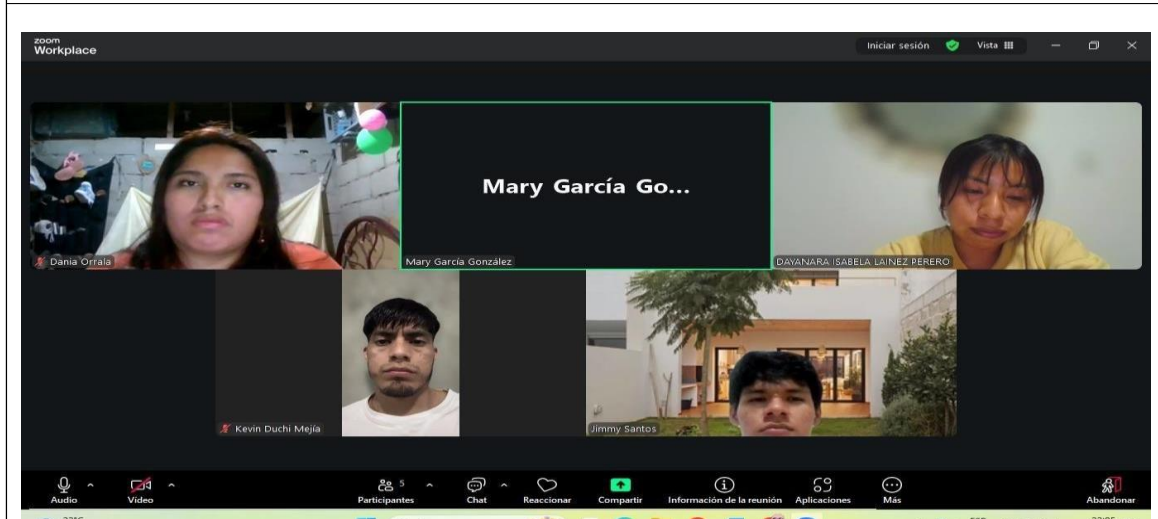
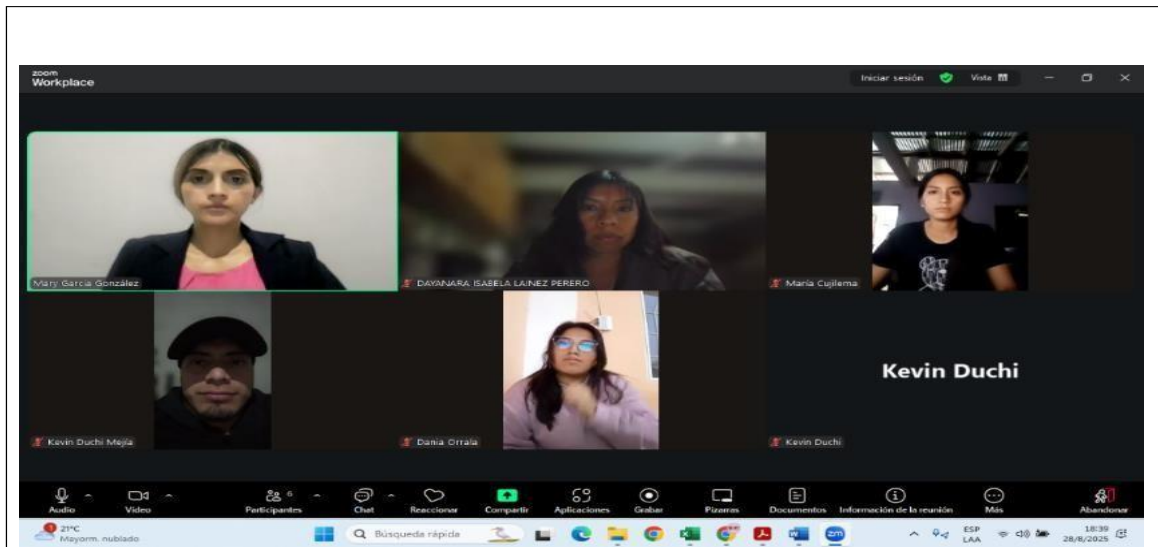
**Tema:** Capítulo I planteamiento del problema

**Subtemas:**

- Antecedentes:
- Formulación del problema:
- Preguntas de investigación:
- Objetivo general y específico:

**Tiempo:** 18:00-20:00

**Modalidad:** Virtual-Presencial Total, De Estudiantes: 4 Horas: 2



## **ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN II:**

**Tema:** Capítulo II Marco Teórico Y Conceptual  
**Subtemas:**

- Conocimiento actual:
- Fundamentación teórica y Conceptual
- Marco Legal:

**Tiempo:** 9:00- 11:00

**Modalidad:** Virtual- Presencial Total, De Estudiantes: 4 Horas: 2



### ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN III:

**Tema:** Capítulo III Marco Metodológico

**Subtemas:**

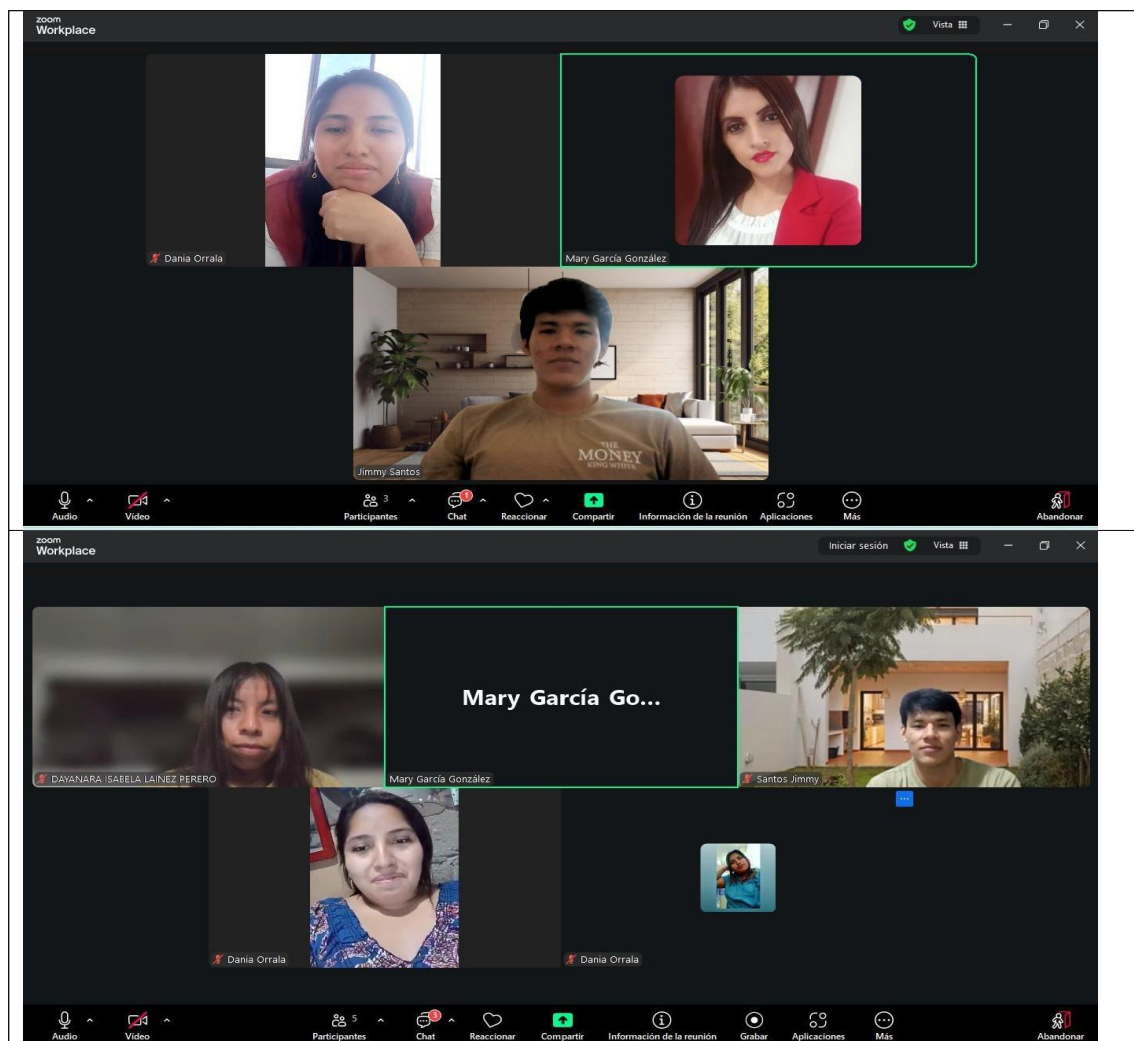
- Enfoque de Investigación
- Diseño de Investigación
- Alcance de la Investigación
- Operacionalización de las variables
- Población, muestra y periodo de estudio
- Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

**Tiempo:** 18:00-20:00

**Modalidad:** Virtual- Presencial Total, De

**Estudiantes:** 4

**Hora:** 2



## **ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN IV:**

**Tema:** Capítulo IV Análisis y Resultado

**Subtemas:**

- Discusión
- Conclusiones y Recomendaciones
- Resumen e introducción
- Referencias
- Anexos
- Certificado de Compilatio

**Tiempo:** 9:00-11:00

**Modalidad:** Virtual- Presencial Total, De Estudiantes: 4 Hora: 2

