



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN
TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
MODALIDAD DE TITULACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
TÍTULO
THINK TANKS EN LA PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN
CIUDADANA: CASO GAD MUNICIPAL DE LA LIBERTAD, 2025
AUTOR(A):
CARPIO MASSOTT JHONNY BRYAN
TUTOR(A):
LCDA. LILIAN SUSANA MOLINA BENAVIDES, PHD.
LA LIBERTAD – ECUADOR**



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Ciudad, día de mes de 202_

CERTIFICADO DE TUTORÍA

En mi calidad de Profesor Tutor del Trabajo de Investigación de título “Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso Gad Municipal De La Libertad, 2025” de autoría del estudiante Jhonny Bryan Carpio Massott, previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación, declaro que luego de haber orientado científica y metodológicamente su desarrollo se encuentra concluido en todas sus partes cumpliendo así con el proceso de acompañamiento determinado en la normativa interna, recomendando se inicien los procesos de evaluación que corresponden.

PhD Lilian Molina Benavides

PROFESOR TUTOR



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jhonny Bryan Carpio Massott, portador(a) de la cédula de identidad N.º0943950873, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación: título “Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso Gad Municipal De La Libertad, 2025”

es de mi autoría, ha sido elaborado de manera personal y cumple con las normas éticas y legales de la investigación académica. Asimismo, certifico que todas las fuentes utilizadas han sido debidamente citadas y referenciadas, respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros. En este sentido, manifiesto que no he incurrido en plagio, autoplagio ni en ninguna forma de deshonestidad académica, autorizando a su vez a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a utilizar, reproducir, difundir y almacenar este trabajo con fines académicos, investigativos y de consulta.

Firma:

Jhonny Bryan Carpio Massott
Cédula de Identidad: 0943950873

Fecha:

Correo electrónico: jhonnycarpiomassott0873@upse.edu.ec

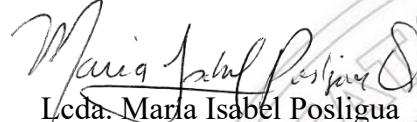
Teléfono: 0978617734

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, MSc.

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. Maria Isabel Posligua
Quinde, MSc.

**DOCENTE GUÍA DE LA
CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



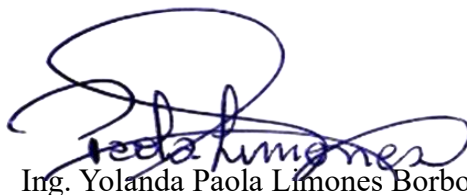
PhD. Lilian Molina Benavides

**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr

**DOCENTE ESPECIALISTA DE
LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Ing. Yolanda Paola Limones Borbor,

ASISTENTE ADMINISTRATIVO CARRERA DE COMUNICACIÓN.



Jhonny Bryan Carpio Massott

ESTUDIANTE

DEDICATORIA

Este trabajo representa el esfuerzo, la perseverancia y el aprendizaje acumulado durante mi formación universitaria. Por ello, lo dedico, en primer lugar, a Dios, por darme la fortaleza, la sabiduría y la oportunidad de llegar hasta este momento tan importante de mi vida.

A mis padres, quienes han sido mi mayor inspiración. Gracias por cada sacrificio, por creer en mí incluso cuando el camino parecía difícil y por enseñarme que el esfuerzo y la constancia siempre tienen su recompensa. Este logro también les pertenece a ustedes.

A mi familia, por su apoyo incondicional, sus palabras de aliento y la paciencia que tuvieron durante este proceso. Su confianza me dio la fuerza para seguir adelante y no rendirme ante los desafíos que se presentaron.

A mis docentes, por compartir sus conocimientos, orientarme con dedicación y motivarme a crecer tanto en lo académico como en lo personal. Cada enseñanza recibida ha contribuido a mi formación y al desarrollo de esta investigación.

Finalmente, dedico este trabajo a todas las personas que, de una u otra manera, estuvieron presentes durante este recorrido, brindándome apoyo, motivación y confianza. Hoy culmino una etapa importante de mi vida con la satisfacción de haber alcanzado una meta que representa el inicio de nuevos desafíos y oportunidades.

Jhonny Bryan Carpio Massott

AGRADECIMIENTOS

Cada meta alcanzada es el resultado del esfuerzo propio y del apoyo de quienes acompañan el camino. Por ello, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que, de una u otra manera, hicieron posible la culminación de este trabajo de investigación.

A Dios, por darme salud, fortaleza y la oportunidad de cumplir uno de los objetivos más importantes de mi vida. Su guía me permitió mantener la esperanza y la perseverancia en cada desafío que enfrenté durante mi formación universitaria.

A mi familia, por ser mi principal apoyo y motivación. Gracias por creer en mí, por comprender los momentos en los que el estudio ocupó gran parte de mi tiempo y por estar siempre presentes con una palabra de aliento. Su cariño, confianza y esfuerzo han sido fundamentales para llegar hasta aquí.

A mi tutor de tesis, por su paciencia, orientación y compromiso durante el desarrollo de esta investigación. Sus observaciones y recomendaciones fueron esenciales para fortalecer este trabajo y para mi crecimiento académico.

Mi agradecimiento también a los docentes de la carrera, quienes compartieron sus conocimientos y experiencias a lo largo de mi formación profesional. Cada enseñanza recibida contribuyó a construir las bases necesarias para alcanzar esta meta.

De igual manera, agradezco al GAD Municipal de La Libertad, al personal del Departamento de Participación Ciudadana y a los moradores del barrio Cumbres de La Libertad por su apertura y colaboración durante el proceso de recopilación de información. Su participación fue fundamental para el desarrollo de esta investigación.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que estuvieron presentes durante esta etapa de mi vida. A quienes me brindaron su apoyo, confianza, consejos o simplemente una palabra de motivación cuando más la necesitaba. Este logro representa el esfuerzo de muchos años y marca el inicio de nuevos desafíos que asumiré con el mismo compromiso y responsabilidad con los que hoy culmino mi formación universitaria.

Jhonny Bryan Carpio Massott

INDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO DE TUTORÍA.....	2
.....	3
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	3
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE	4
INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS	6
INDICE DE TABLA.....	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT	3
I INTRODUCCION	4
II MARCO TEORICO.	7
2.2. Antecedentes	7
2.2. Fundamentación Teórica.....	9
2.3. Fundamentación Conceptual:	9
III METODOLOGIA	15
3.1. Paradigma.....	15
3.1. Enfoque	15
3.2. Tipo Y Alcance De Investigación.	16
3.3. Diseño	16
3.4. Método.....	16
3.5. Técnicas	17
3.5.1. Instrumentos	17
3.5.2. Guías De Preguntas Semiestructuradas	23
3.5.3. Cuestionarios De Preguntas	23
3.5.4. Ficha De Cotejo	23
3.6. Población.....	23
3.6.1. Muestra.....	24
3.6.1. Procedimiento	24
IV ANALISIS DE RESULTADO	26
4.1. Análisis cuantitativos: la encuesta	26
4.2. Entrevista.....	41
V DISCUSIÓN.....	45
VI CONCLUSIONES	47
VII RECOMENDACIONES.....	49
VIII REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	51
IX ANEXOS	54

INDICE DE TABLA

Tabla 1: Las actividades que realiza el GAD Municipal de La Libertad brindan suficiente información para promover la participación ciudadana	26
Tabla 2: ¿La información que recibe sobre participación ciudadana es clara y fácil de comprender?.....	27
Tabla3: ¿Los medios de comunicación, como redes sociales, reuniones o medios locales, permiten conocer las actividades de participación ciudadana?	29
Tabla 4: ¿La información difundida motiva a los ciudadanos a participar en las actividades organizadas por el GAD Municipal?.....	30
Tabla 5: ¿Las estrategias de comunicación ayudan a que más personas participen en los asuntos de la comunidad?.....	32
Tabla 6: ¿Los medios utilizados para informar a la ciudadanía facilitan su participación en las actividades del GAD Municipal?	34
Tabla 7: ¿Qué tan importante le parece que existan organizaciones o grupos que promuevan la participación ciudadana mediante acciones de comunicación?.....	35
Tabla 8: ¿Percibe que las acciones de comunicación fortalecen la relación entre la ciudadanía y el GAD Municipal?	37
Tabla 9: ¿Se siente más motivado(a) a participar cuando recibe información clara y oportuna sobre las actividades del GAD Municipal?	38
Tabla 10: ¿Las estrategias de comunicación utilizadas por los think tanks favorecen la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?	40

THINK TANKS EN LA PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA: CASO GAD MUNICIPAL DE LA LIBERTAD, 2025

Jhonny Bryan Carpio Massott
Código Orcid (1) 0000-0000-0000-0000

Jhonny Bryan Carpio Massott
Código Orcid (1) 0000-0000-0000-0000

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

La presente investigación, titulada "Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso Gad Municipal De La Libertad, 2025", tuvo como objetivo general analizar las estrategias de comunicación implementadas por los think tanks para promover la participación ciudadana en dicho municipio durante el año 2025. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando los paradigmas positivista e interpretativo, con un tipo de investigación básica de alcance descriptivo y un diseño no experimental, ya que se observaron las estrategias comunicacionales en su contexto natural sin manipular variables. El método aplicado fue el analítico-sintético, que permitió descomponer el fenómeno en sus elementos principales para luego integrarlos en una comprensión global. Para la recolección de datos se emplearon dos técnicas: la encuesta, mediante un cuestionario de diez preguntas con escala de Likert dirigido a una muestra no probabilística de 25 habitantes del barrio Cumbres de La Libertad, y la entrevista semiestructurada, aplicada a un funcionario del Departamento de Participación Ciudadana del GAD Municipal.

Los resultados evidenciaron una percepción mayoritariamente neutral a favorable respecto a la claridad y suficiencia de la información institucional, destacando que el 64% de los encuestados considera importante la existencia de organizaciones que promuevan la participación mediante comunicación, y que más de la mitad se siente motivada a participar cuando recibe información clara y oportuna. No obstante, persiste un sector ciudadano con posturas neutrales, lo que refleja debilidades en la planificación y difusión de las estrategias. Se concluye que la comunicación institucional es un elemento clave para fortalecer el vínculo entre el GAD Municipal y la ciudadanía, siendo necesario consolidar procesos más organizados, inclusivos y participativos que mejoren el involucramiento social y la confianza institucional.

Palabras Clave: *Think tanks, estrategia de comunicación, participación ciudadana, municipio, vinculo.*

EXPERT GROUPS FOR THE PROMOTION OF CITIZEN PARTICIPATION: THE CASE OF THE MUNICIPAL GOVERNMENT OF LA LIBERTAD, 2025

ABSTRACT

The present research, titled "Communication Strategies of Think Tanks in the Promotion of Citizen Participation: The Case of the Municipal GAD of La Libertad - 2025", had the general objective of analyzing the communication strategies implemented by think tanks to promote citizen participation in said municipality during the year 2025. The study was developed under a mixed-methods approach, combining positivist and interpretive paradigms, with a basic research type of descriptive scope and a non-experimental design, since the communication strategies were observed in their natural context without manipulating variables. The applied method was analytical-synthetic, which allowed for the decomposition of the phenomenon into its main elements to later integrate them into a comprehensive global understanding. For data collection, two techniques were used: a survey, through a ten-question Likert-scale questionnaire aimed at a non-probabilistic sample of 25 residents of the Cumbres de La Libertad neighborhood, and a semi-structured interview, applied to an official from the Citizen Participation Department of the Municipal GAD.

The results evidenced a mostly neutral to favorable perception regarding the clarity and sufficiency of institutional information, highlighting that **64%** of the respondents consider the existence of organizations that promote participation through communication to be important, and that more than half feel motivated to participate when they receive clear and timely information. However, a sector of the citizenry persists with neutral stances, which reflects weaknesses in the planning and dissemination of the strategies. It is concluded that institutional communication is a key element in strengthening the connection between the Municipal GAD and the citizenry, making it necessary to consolidate more organized, inclusive, and participatory processes that improve social involvement and institutional trust.

Keywords: *Think tanks, communication strategy, citizen participation, municipality, connection.*

I INTRODUCCION

Actualmente, la comunicación institucional es fundamental en la gestión pública, ya que fortalece la relación entre autoridades y ciudadanía mediante transparencia e información. Los gobiernos locales requieren estrategias claras y permanentes para comunicar sus acciones. En este contexto, los think tanks contribuyen al fortalecimiento institucional mediante análisis, propuestas y procesos participativos orientados a mejorar la planificación y comunicación política.

Según (Xifra, 2008, pág. 11) “un think tank constituye una institución de expertos dedicada a investigar políticas públicas, producir recomendaciones y promover la participación ciudadana como actor fundamental en el cambio social.”

Las estrategias de comunicación política y organizacional han permitido que la ciudadanía acceda de manera más rápida a información relacionada con figuras públicas e instituciones; sin embargo, la efectividad de estos procesos depende de la existencia de planes estratégicos integrales que orienten las acciones comunicacionales. De acuerdo con (Kuntz, 2013) “Las estrategias de comunicación política permiten a la ciudadanía acceder a información sobre figuras públicas y organizaciones. Además, un plan estratégico integral fortalece a las instituciones mediante objetivos claros, misión definida y participación interna de sus miembros para alcanzar el impacto deseado.” Para (Carrión, Orazio Bellettini y Melania, 2009) indica que los think tanks en “El Ecuador es un país de lento avance en materia de reformas públicas. Posee uno de los índices más bajos de reformas económicas en toda América Latina y no ha llevado adelante reformas de segunda generación vinculadas a la reforma del Estado, la educación y la seguridad social, entre otras”

En el ámbito local, esta situación adquiere particular relevancia en el GAD Municipal del Cantón La Libertad, donde se evidencia deficiencias en la comunicación institucional. La difusión de obras, programas y acciones municipales no siempre se desarrolla de manera clara y estratégica, lo que puede generar desinformación, percepciones negativas y una limitada participación de la ciudadanía. A ello se suma que la interacción entre autoridades y la comunidad es reducida, debido a que predominan publicaciones de carácter informativa y generan de manera constante espacios de dialogo, retroalimentación y participación social

La desinformación y las noticias falsas en redes sociales afectan la credibilidad institucional y reducen la confianza ciudadana hacia las autoridades municipales. Además, los mensajes emitidos por funcionarios no siempre son claros ni efectivos. Por ello, es necesario implementar estrategias innovadoras que fortalezcan la comunicación institucional y acerquen al municipio con la ciudadanía.

Ante esta realidad, resulta necesario promover mecanismo que permitan una comunicación mas cercana con la comunidad. Entre ellos estas alternativas se plantea la implementación de mesas de trabajo con dirigentes barriales y el fortalecimiento de los canales de difusión institucional mediante redes sociales y medios comunitarios. Estas acciones permitirían generar mayores espacios de dialogo, facilitar el acceso a información confiable y favorecer una participación ciudadana más activa en los asuntos relacionados con la gestión municipal.

Los think tanks pueden contribuirse en un apoyo para el análisis de las necesidades ciudadanas y la generación de propuestas orientadas a fortalecer la participación y la comunicación entre el gobierno actual y la comunidad. su participación permitirían aportar conocimientos y recomendaciones que respondan las características y necesidades del contexto municipal.

La presente investigación plantea como pregunta principal: ¿Cómo inciden los Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso Gad Municipal De La Libertad, 2025? En este sentido, el estudio tiene como objetivo general del estudio es Analizar el papel de los think tanks en la promoción de la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad. Para alcanzar este propósito, se establecen como objetivos específicos,1. Evaluar las estrategias implementadas por los think tanks para fomentar la participación ciudadana en 2025; 2. Identificar los factores que limitan o potencian la participación ciudadana en el contexto del GAD Municipal de La Libertad y 3. Proponer recomendaciones basadas en los hallazgos para mejorar la colaboración entre think tanks y el GAD en la promoción de la participación ciudadana.

La investigación posee importancia académica, social e institucional, debido a que propone alternativas para mejorar la comunicación pública y fortalecer la relación entre el GAD y comunidad. Asimismo, se sugiere la creación de un think tank municipal integrado por profesionales de distintas áreas, quienes generarían información clara y accesible para la ciudadanía.

En este sentido, la presente investigación busca aportar al fortalecimiento de la gestión pública local a partir de análisis del rol que cumplen los think tanks en la promoción de participación ciudadana. Mas allá de comprender la situación actual de la comunicación institucional en el GAD Municipal de La Libertad, se pretende generar reflexiones y propuestas que permitan mejorar la relación entre autoridades y ciudadanía. Se espera que los resultados obtenidos contribuyan a promover una gestión mas cercana, transparente y participativa, orientada al bienestar de la comunidad

II MARCO TEORICO.

2.2. Antecedentes

Estrategias de comunicación de los think tanks

Las estrategias de comunicación de los think tanks constituye un eje fundamental para el fortalecimiento de la identidad institucional y la coordinación de procesos estratégicos. La variedad de concepto utilizados para definir los think tanks permite incluir a diversas organizaciones sociales dedicadas a investigar distintos temas con el propósito de formular propuestas orientadas a influir en la acción política. Estas instituciones, generalmente creadas sobre la base de determinadas ideologías y sin fines de lucro, son consideradas por Castillos - Esparcía como organizaciones especializadas en el análisis y generación de ideas para la toma de decisiones públicas. De acuerdo con (Antonio Castillo-Esparcia, 2020) “El objetivo general que persigue este trabajo es el de estudiar cómo los think tanks españoles utilizan el medio digital para difundir su actividad y transmitir sus ideas. En el caso español también se usa la terminología de “laboratorios de ideas”. De manera específica, el trabajo analiza qué tipos de herramientas de comunicación se emplean en los distintos espacios digitales que se implementan de manera oficial (sedes webs y medios sociales), así como la utilización de las mismas como canales unidireccionales o bidireccionales en la interacción con sus públicos.”

De acuerdo con (Haas., 2002) “Los think tanks son instituciones independientes organizadas para realizar investigaciones y generar conocimiento independiente y relevante para la formulación de políticas. Cubren un vacío crucial entre el mundo académico, por un lado, y el ámbito gubernamental, por el otro. En las universidades, la investigación suele estar impulsada por debates teóricos y metodológicos complejos, con escasa relación con los dilemas políticos reales. En el gobierno, por su parte, los funcionarios inmersos en las exigencias concretas de la formulación de políticas cotidianas a menudo están demasiado ocupados como para detenerse a reconsiderar la trayectoria general de la política estadounidense. Por lo tanto, la principal contribución de los think tanks es ayudar a cerrar esta brecha entre el mundo de las ideas y el de la acción.”

Según (Xifra, 2008, pág. 78) “las distintas definiciones de los think tanks han motivado a los investigadores a analizar sus funciones principales para comprender su naturaleza. Estas organizaciones cumplen diversas funciones generales que varían en intensidad según el contexto político, social y nacional en el que desarrollan sus actividades:”

Realizar un análisis intelectual de las problemáticas políticas mediante metodologías de diferentes disciplinas,

Preocuparse de las ideas y de los conceptos políticos, investigando y examinando las normas que presiden la decisión pública,

Recoger y clasificar la información política relevante, y;

Comprometerse a informar a una amplia audiencia, utilizando las más diversas técnicas comunicativas: publicaciones, relaciones con la prensa, reuniones y foros, con la participación de altos funcionarios y académicos.

Bajo el termino de (Ponsa, 2009, págs. 102, 103) El marketing de las ideas: Los 'think tanks' en España y en el mundo: “Los think tanks influyen directamente en las políticas publicas mediante estudios, ideas y asesorías estratégicos. Su impacto se refleja en gobiernos. Además, su prestigio depende de la calidad académica, publicaciones reconocidas y colaboración con expertos en distintitas áreas políticas”

Promoción de participación ciudadana

Para la institución, el manejo de participación ciudadana es escaso. Existe poca interacción entres las autoridades y la comunidad. esto limita la comunicación y el involucramiento ciudadano en las decisiones públicas. Además, reduce el fortalecimiento de la democracia y la gestión participativa, (Merino, 2019) La participación ciudadana en la democracia: “La democracia requiere un equilibrio entre la participación ciudadana y la capacidad de decisión del gobierno. Las demandas sociales suelen superar los recursos disponibles, por lo que los gobierno deben de establecer prioridades. Mantener ese balance permite garantizarla gobernabilidad, evitando sistemas autoritarios y fortaleciendo la libertad e igualdad ciudadana.”

En la investigación de (addington, 2021) indica que: “Mejorar la gobernanza publica en países de ingresos medios y bajos fortalece el desarrollo sostenible. La participación ciudadana en la planificación, gestión y supervisión de servicios públicos contribuye a mejorar la calidad, el acceso y las condiciones de vida, promoviendo instituciones transparentes, responsables y afectivas.”

La participación ciudadana es un derecho fundamental y una herramienta necesaria para la toma de decisiones y el fortalecimiento democrático. La ciudadanía activa, la democracia participativa y el control social, son conceptos fundamentales de la participación ciudadana que permiten a los ciudadanos tener un papel activo en la vida política y social del país. La

ciudadanía activa se refiere a la capacidad de los ciudadanos para influir en la toma de decisiones y el derecho de exigir que se respeten sus derechos y necesidades. La democracia participativa es un modelo de gobierno que busca involucrar activamente a los ciudadanos en el proceso de toma de decisiones. El control social se refiere a la capacidad de los ciudadanos para vigilar y fiscalizar el desempeño de los poderes públicos y de las instituciones. Indica (Grisel Galiano Maritan & Zurita, 2023, pág. 519)

2.2. Fundamentación Teórica

Para el desarrollo de la investigación sobre las estrategias de comunicación de los think tanks en la promoción de la participación ciudadana, es necesario considerar diversas teorías que permiten comprender la relación entre comunicación, generación de conocimiento y vinculación con la ciudadanía. Estas teorías aportan fundamentos científicos para analizar como los grupos de expertos influyen en la opinión pública y fortalecen los procesos participativos dentro de las instituciones públicas.

La primera es la teoría la importancia de la comunicación estratégica, propuesta por (Cambria, 2016), quien sostiene que la comunicación estratégica no solo pertenece al ámbito gubernamental o militar, sino que también puede aplicarse en otros sectores para fortalecer la relación entre las instituciones y la ciudadanía. Esta teoría destaca que una adecuada estrategia comunicacional permite generar estabilidad, cohesión social y participación ciudadana, mediante la difusión clara de información y la construcción de confianza entre las organizaciones y la población.

Por otro lado, el Origen, espacio y niveles de participación ciudadana, estructurado por (Amalia Guillen, 2009) sostiene que la participación ciudadana promueve valores democráticos, fortalece el desarrollo humano y permite a la sociedad exigir mejores condiciones de vida mediante una intervención activa y responsable.

Finalmente, El artículo Think Tanks, saber experto y formación de agenda política en el Chile actual, de (Pinilla, 2012) complementa que En los intersticios del vínculo entre Estado, partidos políticos y sociedad civil, los think tanks se han destacado como detentadores de determinada expertise. Uno de los ámbitos en los cuales parecen desempeñarse con relativo éxito dice relación con la tematización y visibilización de temas públicos.

2.3. Fundamentación Conceptual:

En la presente investigación titulada “Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso Gad Municipal De La Libertad, 2025”, la fundamentación conceptual permite analizar la relación existente en la participación de la ciudadanía la relación existente entre estrategias comunicacionales implementadas por los think tanks y su influencia en la participación de la ciudadanía dentro del espacio público y político.

Estrategias De Comunicación De Los Think Tanks

Comunicación Digital.

la comunicación digital hace referencia al uso de plataformas digitales y redes sociales para difundir contenidos, interactuar con audiencias y generar participación, según (Álvarez Sarmiento & Illescas Reinoso, 2021) “La comunicación digital es muy importante debido a que se basa en una técnica muy sencilla, accede a transmitir y compartir mensajes de manera mucho más eficaz. Los medios digitales se han integrado a la vida diaria de los consumidores, es por eso que una estrategia de marketing digital es necesaria para perfeccionar la imagen de la marca y ampliar su visibilidad.”

“La comunicación digital facilita la interacción al instante entre medios de comunicación y el público” (Álvarez Sarmiento & Illescas Reinoso, 2021, pág. 75)

Considero que la comunicación digital se ha convertido en una herramienta fundamental para fortalecer la interacción entre organizaciones, instituciones y ciudadanos. Lo que más destaca de este planteamiento es la capacidad que tienen las plataformas digitales para transmitir información de manera rápida, eficiente y accesible, permitiendo una comunicación más directa con las audiencias. Además, coincido con los autores al señalar que los medios digitales forman parte de la vida cotidiana de las personas, por lo que su utilización estratégica resulta indispensable para mejorar la visibilidad y el alcance de cualquier entidad. Desde mi perspectiva, uno de los aportes más importantes de la comunicación digital es la posibilidad de generar participación e interacción inmediata, favoreciendo el intercambio de opiniones y la construcción de relaciones más cercanas. En este sentido, su aplicación adecuada contribuye significativamente al fortalecimiento de los procesos comunicacionales y al desarrollo de una comunicación más dinámica y efectiva.

Producción de Contenidos.

La producción de contenidos elabora informes, artículos, investigaciones, videos y material informativo que facilite la opresión de temas públicos. Para (Vac, 2016) “ la industria ha

transformado la producción y distribución de contenidos tradicionales y educativos. Sin embargo, las empresas transnacionales dominan el mercado global, provocando que países como Ecuador dependan del consumo tecnológico y enfrentan escasez de contenidos educativos adaptados a sus necesidades nacionales.”

“Los estándares de calidad en contenidos educativos fortalecen la acreditación virtual y mejoran la percepción de demanda educativa en línea”. (Vac, 2016)

Desde una perspectiva personal, la generación de contenidos constituye un elemento clave para la difusión de conocimientos y el análisis de temas de interés social. Los aportes de Vac (2016) permiten comprender cómo los avances tecnológicos han transformado la manera en que se producen y distribuyen los recursos informativos y educativos. Sin embargo, también evidencian la influencia predominante de empresas internacionales en el entorno digital, situación que puede dificultar el desarrollo de contenidos adaptados a las necesidades específicas de países como Ecuador. En este contexto, resulta fundamental impulsar la creación de materiales propios que respondan a la realidad cultural, social y educativa de la población. Asimismo, la calidad de los contenidos representa un aspecto indispensable para fortalecer los procesos de enseñanza virtual y generar mayor confianza en los usuarios. Por esta razón, la elaboración de información relevante, actualizada y pertinente contribuye significativamente al fortalecimiento de la educación y la comunicación en la sociedad contemporánea.

Medios de Comunicación.

Los medios de comunicación son canales que transmiten información, ideas y contenidos entre emisores y audiencias de manera masiva. El analice de (Thompson, s.f.) “Son el canal que mercadólogos y publicistas utilizan para transmitir un determinado mensaje a su mercado meta, por tanto, la elección del o los medios a utilizar en una campaña publicitaria es una decisión de suma importancia porque repercute directamente en los resultados que se obtienen con ello.”

Los medios de comunicación desempeñan una función esencial en la difusión de información y en la conexión entre las organizaciones y la sociedad. La reflexión planteada por Thompson permite comprender que estos canales no solo sirven para transmitir mensajes, sino que también influyen directamente en el alcance y la efectividad de la comunicación. Desde esta perspectiva, la adecuada selección de los medios resulta determinante para lograr que la información llegue al público objetivo de manera clara y oportuna. Además, en un entorno cada vez más digitalizado, los medios han ampliado sus posibilidades de interacción, facilitando una

comunicación más dinámica y participativa. La importancia de este planteamiento radica en que destaca el papel estratégico de los medios dentro de cualquier proceso comunicacional o publicitario. Por ello, la elección de los canales adecuados puede contribuir significativamente al cumplimiento de los objetivos de comunicación y al fortalecimiento de la relación con las audiencias.

Promoción de la Participación Ciudadana.

Acceso a la información.

El acceso a la información es la disponibilidad y difusión de contenidos que permitan a los ciudadanos comprender temas de interés social y político: “el acceso a la información publica fortalece la transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana. Además, garantiza derechos, previene arbitrariedades y promueve una opinión publica informada, siendo fundamental para un gobierno abierto y una democracia basada en el máximo acceso posible a la información.” (Gutiérrez David, 2014)

El acceso a la información constituye un elemento fundamental para el fortalecimiento de la democracia y el ejercicio de una ciudadanía activa. Los aportes de Gutiérrez David destacan la importancia de que las personas puedan acceder a información pública de manera clara y oportuna, ya que esto favorece la transparencia en la gestión de las instituciones y promueve una mayor rendición de cuentas. Asimismo, disponer de información confiable permite que la ciudadanía participe de forma más consciente en los asuntos de interés colectivo y tome decisiones mejor fundamentadas. Desde esta perspectiva, el acceso a la información no solo representa un derecho, sino también una herramienta que contribuye a prevenir prácticas arbitrarias y a fortalecer la confianza entre la sociedad y las entidades públicas. En consecuencia, garantizar la disponibilidad de información accesible y veraz resulta indispensable para fomentar una cultura democrática basada en la participación, la transparencia y el respeto a los derechos ciudadanos.

Interacción y diálogo ciudadano.

La interacción y dialogo ciudadano comprende la participación de las personas en debates, comentarios, foros y espacios de intercambio. Para (Hernández-Sánchez, 2018) “La participación se entiende como un proceso relacional, basado en la interacción entre los

individuos, a partir de la cual se desarrolla el compromiso e involucramiento entre los sujetos y la organización; cuyo fin último es alcanzar el bienestar, tanto individual como colectivo.”

La interacción y el diálogo ciudadano representan aspectos esenciales para fortalecer la participación de las personas en los asuntos que afectan a la comunidad. El planteamiento de Hernández-Sánchez permite comprender que la participación no se limita únicamente a expresar opiniones, sino que implica un proceso de intercambio y colaboración que favorece el compromiso entre los ciudadanos y las organizaciones. Este enfoque resalta la importancia de generar espacios donde las personas puedan compartir ideas, debatir propuestas y contribuir activamente en la toma de decisiones. Además, la interacción constante promueve relaciones más cercanas y de confianza, lo que facilita la construcción de soluciones orientadas al bienestar común. Desde esta perspectiva, el diálogo ciudadano constituye una herramienta valiosa para fomentar una sociedad más participativa e inclusiva. Por ello, fortalecer estos mecanismos de interacción resulta fundamental para impulsar el desarrollo social y promover una mayor corresponsabilidad entre los diferentes actores de la comunidad.

Formación de Opinión Pública

La Formación de Opinión Pública es la influencia de los contenidos comunicacionales en la construcción de opiniones y posturas ciudadana Según (Lopez, 2004) “La opinión pública comprende las ideas y opiniones de la sociedad sobre asuntos de interés colectivo. Surge debate libre y racional, convirtiéndose en una reflexión pública que influye en el orden social, político y en la toma de decisiones dentro de la comunidad.”

La formación de la opinión pública constituye un proceso fundamental dentro de la sociedad, ya que permite que los ciudadanos desarrollen criterios y posturas frente a los temas de interés colectivo. El aporte de López destaca que la opinión pública surge a partir del intercambio de ideas y del análisis de diferentes perspectivas, lo que favorece una reflexión más amplia sobre los asuntos que afectan a la comunidad. En este sentido, los contenidos comunicacionales desempeñan un papel importante al proporcionar información que influye en la manera en que las personas interpretan la realidad y construyen sus opiniones. Asimismo, la existencia de espacios de debate y diálogo contribuye a que la ciudadanía participe de forma más activa en los procesos sociales y políticos. Por ello, una opinión pública informada y crítica resulta esencial para fortalecer la participación ciudadana, promover la toma de decisiones responsables y contribuir al desarrollo democrático de la sociedad.

La revisión conceptual desarrollada permite comprender que las estrategias de comunicación implementadas por los think tanks constituyen herramientas fundamentales para promover la participación ciudadana en los espacios públicos y políticos. Elementos como la comunicación digital, la producción de contenidos y el uso estratégico de los medios de comunicación facilitan la difusión de información, el intercambio de ideas y la vinculación entre las organizaciones y la ciudadanía.

Asimismo, la promoción de la participación ciudadana se fortalece a través del acceso a la información, la interacción y el diálogo ciudadano, así como mediante la formación de una opinión pública informada y crítica. Estos componentes contribuyen a que los ciudadanos comprendan mejor los asuntos de interés colectivo, desarrollen una mayor capacidad de análisis y participen de manera activa en los procesos de toma de decisiones.

En este contexto, los think tanks desempeñan un papel relevante al generar y difundir conocimiento que favorece el debate público y la construcción de propuestas orientadas al bienestar social. Por tanto, la articulación entre las estrategias de comunicación y los mecanismos de participación ciudadana constituye un factor clave para fortalecer la transparencia, el involucramiento ciudadano y el desarrollo democrático dentro de la gestión pública local.

III METODOLOGIA

3.1. Paradigma.

Para comprender de manera adecuada la presente investigación, resulta necesario considerar los paradigmas positivista e interpretativo, ya que ambos permiten analizar el fenómeno de estudio desde diferentes perspectivas. El paradigma positivista (cuantitativo) facilita la obtención y análisis de información cuantificable relacionada con las estrategias de comunicación utilizadas por los think tanks para fomentar la participación ciudadana. Según (Herrera Castrillo, 2024) “El paradigma positivista, también conocido como paradigma cuantitativo, empírico-analítico o racionalista, tiene como objetivo principal explicar, predecir y controlar los fenómenos mediante la verificación de teorías y leyes. Este enfoque es especialmente relevante en la investigación en física y matemática, donde se busca identificar las causas reales de los fenómenos y su relación temporal con otros eventos. La investigación cuantitativa se basa en este paradigma, utilizando métodos y técnicas rigurosas para recopilar y analizar datos numéricos y estadísticos con el fin de obtener resultados precisos y verificables. De esta manera, la investigación cuantitativa en física y matemática puede proporcionar una comprensión más profunda de los fenómenos naturales y aumentar nuestro conocimiento y capacidad para predecir y controlar estos fenómenos en el mundo físico y matemático.”

el paradigma interpretativo posibilita comprender los significados, percepciones y experiencias de los ciudadanos respecto a las acciones comunicacionales desarrolladas por estas organizaciones. En este sentido, (Morella Arráez, 2006) “ La investigación cualitativa y documental utiliza la hermenéutica para interpretar textos y comprender sus significados dentro de un contexto histórico y social. Este enfoque promueve el diálogo entre el intérprete y el texto, permitiendo una comprensión amplia de la realidad estudiada.”

3.1. Enfoque

El presente estudio adopta un enfoque mixto, ya que combina métodos cuantitativos y cualitativos mediante la aplicación de encuestas y entrevistas. La integración de ambos enfoques permite analizar el fenómeno desde diferentes perspectivas, incorporando tanto datos estadísticos como información descriptiva e interpretativa. Según (Valia Luz Venegas-Mejía & y, 2025) “El enfoque mixto integra la precisión del método cuantitativo con la riqueza interpretativa del cualitativo, permitiendo una comprensión más amplia de los fenómenos

sociales y políticos. Además, fortalece la validez, transparencia y rigor científico de la investigación, generando resultados más completos y confiables.”

El enfoque mixto resulta pertinente para esta investigación, ya que permite obtener una visión integral del fenómeno estudiado mediante la combinación de datos cuantificables y apreciaciones cualitativas. Esta complementariedad metodológica fortalece la validez y confiabilidad de los resultados, facilitando un análisis más profundo y preciso de la realidad investigada.

3.2. Tipo Y Alcance De Investigación.

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque básico de alcance descriptivo, orientado a profundizar el conocimiento y la comprensión de una realidad determinada. Este tipo de estudio permite identificar, caracterizar y analizar las particularidades del fenómeno investigado, describiendo sus atributos y manifestaciones tal como ocurren en su contexto natural, sin que exista manipulación o intervención por parte del investigador. Indica (Mario Enrique Rendón-Macías, 2016) “La estadística descriptiva permite organizar y presentar los datos de una investigación mediante tablas, gráficos e imágenes, facilitando su interpretación. La selección de estos recursos debe responder a los objetivos del estudio, mostrando resultados y tendencias de manera clara y precisa.”

Esto indica que el alcance de la investigación se orienta a identificar, examinar y determinar las estrategias de comunicación empleadas por los Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso Gad Municipal De La Libertad, 2025

3.3. Diseño

Para el desarrollo investigativo, respecto al tema Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso Gad Municipal De La Libertad, 2025. se seleccionó un diseño no experimental debido a que el estudio se enfoca en observar y analizar las estrategias comunicacionales implementadas por el objeto de estudio en su contexto natural, sin intervenir ni manipular las variables involucradas. (Agudelo Viana, 2008, pág. 39)”La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”

3.4. Método

La presente investigación se desarrollará mediante el método analítico - sintético, ya que permitirá descomponer el fenómeno de estudio en sus elementos principales para examinar de manera individual las estrategias de comunicación implementadas por los think tanks y su incidencia en la promoción de la participación ciudadana. Posteriormente, a través de la síntesis, se integrará los resultados obtenidos para comprender de manera global la relación existente entre acciones comunicacionales y el involucramiento ciudadano dentro del GAD Municipal de La Libertad 2025. Según el análisis de (Irma Reyes Blácido, 2022) “Analiza los hechos del objeto de estudio por separado en cada una de sus partes (analítico) y luego repite el mismo proceso pero de forma conjunta (sintético). Así se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral.”

3.5. Técnicas

Para la recolección de información en la presente investigación se emplearán las técnicas de encuesta y entrevista, las cuales permitirán obtener datos cuantitativos y cualitativos relacionados con las estrategias de comunicación implementadas por los think tanks y su influencia en la promoción de la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad durante el año 2025.

3.5.1. Instrumentos

Para analizar las estrategias de comunicación de los think tanks en la promoción de la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad durante el año 2025, se diseñaron instrumentos que permitirán recopilar información desde las perspectivas de la ciudadanía y de un funcionario vinculado a los procesos de participación ciudadana.

El cuestionario estará dirigido a 25 ciudadanos del barrio Cumbres de La Libertad y estará conformado por 10 preguntas estructuradas con escala de Likert, organizadas de acuerdo con las variables de estudio. Este instrumento permitirá conocer la percepción de los ciudadanos sobre las estrategias de comunicación implementadas por el GAD Municipal de La Libertad, el acceso a la información, la claridad de los mensajes difundidos, la efectividad de los canales de comunicación y su influencia en la promoción de la participación ciudadana.

La guía de entrevista semiestructurada estará dirigida a un funcionario del Departamento de Participación Ciudadana del GAD Municipal de La Libertad y estará integrada por tres preguntas abiertas, orientadas a obtener información sobre las estrategias comunicacionales implementadas por la institución, los mecanismos utilizados para incentivar la participación

ciudadana y los factores que favorecen o limitan el involucramiento de la comunidad en la gestión pública.

La aplicación conjunta del cuestionario y de la guía de entrevista permitirá obtener información cuantitativa y cualitativa, favoreciendo la triangulación de los datos y una comprensión integral del fenómeno estudiado. De esta manera, será posible contrastar la percepción de la ciudadanía con la experiencia del funcionario responsable de los procesos de participación ciudadana, fortaleciendo la validez y el análisis de los resultados obtenidos.

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

Tema: Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso Gad Municipal De La Libertad, 2025

Objetivo: Recopilar información sobre la percepción de los ciudadanos respecto a las estrategias de comunicación implementadas para promover la participación ciudadana, identificando su nivel de conocimiento, efectividad y contribución al fortalecimiento de la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad durante el año 2025.

Preguntas Para Encuesta.

Preguntas	1.totalmente en desacuerdo	2.En desacuerdo	3.Neutral	4.De Acuerdo	5.Totalmente de Acuerdo
1.¿Considera que las estrategias de comunicación utilizadas por los think tanks promueven la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?	[]	[]	[]	[]	[]

2. ¿La información difundida por los think tanks sobre participación ciudadana es clara y fácil de comprender?	[]	[]	[]	[]	[]
3. ¿Los medios utilizados por los think tanks, como redes sociales, reuniones y talleres, permiten conocer las actividades de participación ciudadana?	[]	[]	[]	[]	[]
4. ¿Las acciones realizadas por los think tanks motivan a la ciudadanía a participar en las actividades del GAD Municipal de La Libertad?	[]	[]	[]	[]	[]

5.¿Considera que recibir información clara y oportuna favorece la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?	[]	[]	[]	[]	[]
6.¿Considera que la falta de información sobre los mecanismos de participación ciudadana limita la participación de la población?	[]	[]	[]	[]	[]
7. ¿Los canales de comunicación utilizados por el GAD Municipal permiten a la ciudadanía expresar sus opiniones,	[]	[]	[]	[]	[]

necesidades y propuestas?					
8. ¿Qué tan importante es la colaboración entre los think tanks y el GAD Municipal de La Libertad para promover la participación ciudadana?	[]	[]	[]	[]	[]
9.¿La coordinación entre los think tanks y el GAD Municipal facilita la creación de espacios de participación para la ciudadanía?	[]	[]	[]	[]	[]
10. ¿Los think tanks contribuyen a la promoción de la participación ciudadana en	[]	[]	[]	[]	[]

el GAD Municipal de La Libertad?					
--	--	--	--	--	--

Técnica: Entrevista

Instrumento: guía de preguntas semiestructurada

Objetivo específico: Identificar las estrategias de comunicación utilizadas por los think tanks para promover la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad. Objetivo específico

Entrevistado:

Entrevistado:

Entrevistado:

Cargo:

Cargo:

Cargo:

Especialidad:

Especialidad:

Especialidad:

Entrevistador:

Entrevistador:

Entrevistador:

Variables/Categorías	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente (VI) Think tanks	1. ¿Qué aportes considera que pueden realizar los Think Tanks para fortalecer la gestión pública y la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?		
Variable Dependiente (VD) Promoción de la participación ciudadana	2. ¿Qué mecanismos o estrategias implementa el GAD Municipal de La Libertad para promover la participación ciudadana en la gestión pública local?		
	3. ¿De qué manera considera que los aportes de los Think Tanks pueden contribuir a fortalecer la		

	participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?		
--	---	--	--

3.5.2. Guías De Preguntas Semiestructuradas

La guía de entrevista estará conformada por preguntas abiertas y semiestructuradas dirigidas a profesionales de la comunicación, funcionarios públicos y especialistas relacionados con la participación ciudadana. Este instrumento permitirá recopilar información cualitativa sobre las estrategias de comunicación utilizadas para promover la participación ciudadana y conocer, desde la perspectiva de los actores entrevistados, como acciones se relacionan con el trabajo de los think tanks y el GAD Municipal de La Libertad durante el año 2025

La entrevista permitirá, además, profundizar en aspectos que no pueden ser identificados únicamente mediante encuesta, como las experiencias, opiniones y criterios de los actores en los procesos de participación ciudadana.

3.5.3. Cuestionarios De Preguntas

El cuestionario estará dirigido a los ciudadanos del barrio Cumbres de La Libertad y estará compuesto por diez preguntas estructuradas, utilizando una escala de Likert de cinco opciones de respuesta, su aplicación permitirá conocer la percepción de los habitantes respecto a los think tanks y las acciones orientadas a promover la participación ciudadana en el GAD Municipal La Libertad.

A través de este instrumento se busca obtener información relacionada con el acceso a la información, los medios de comunicación utilizadas, la motivación de los ciudadanos para participar, los espacios de interacción con las autoridades y la percepción ciudadana.

3.5.4. Ficha De Cotejo

Este instrumento posibilita el registro ordenado de la existencia o no de elementos narrativos en los contenidos difundidos por el medio, lo que facilita una observación y análisis sistemático de aquellas características que influyen en la generación de interés, credibilidad y fidelización de las audiencias.

3.6. Población

La población se define como el conjunto de individuos que comparten características comunes y que constituyen el objeto de estudio. En este caso, la población está conformada por los moradores del barrio Cumbres de La Libertad.

Para efectos de esta investigación, dicha población está integrada por un total de 25 habitantes del sector.

3.6.1. Muestra

Para la presente investigación se ha determinado una muestra no probabilística, ya que los participantes serán seleccionados en función de criterios establecidos por el investigador, sin que todos los integrantes de la población tengan la misma probabilidad de ser elegidos. Esta técnica permite enfocar el estudio en los sujetos que mejor aportan información relevante sobre las estrategias de comunicación de los think tanks en la promoción de la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad.

Considerando que la población está conformada por 25 moradores del barrio Cumbres de La Libertad, la muestra estará integrada por aquellos actores que cumplan con los criterios de inclusión definidos para el análisis, quienes proporcionarán la información necesaria para el desarrollo y sustento de la investigación.

3.6.1. Procedimiento

Para el desarrollo de la presente investigación, titulada “Los Think Tanks en la promoción de la participación ciudadana: caso GAD Municipal de La Libertad, 2025”, se establecieron diferentes etapas que permitieron organizar la recopilación, análisis e interpretación de la información.

En una primera etapa se realizó la revisión bibliográfica y documental relacionada con los think tanks, las estrategias de comunicación y la participación ciudadana. Esta revisión permitió establecer los principales conceptos y elementos teóricos que orientan el estudio. Posteriormente, se diseñaron los instrumentos de recolección de información, entre ellos un cuestionario de diez preguntas con escala de Likert, dirigido a los ciudadanos, y una guía de entrevista semiestructurada de tres preguntas dirigida a un funcionario del área de Participación Ciudadana del GAD Municipal de La Libertad.

En la segunda etapa se llevó a cabo la recolección de información. La encuesta fue aplicada a los 25 moradores del barrio Cumbres de La Libertad, con el propósito de conocer sus percepciones sobre las estrategias de comunicación, el acceso a la información y su participación en los asuntos relacionados con la gestión pública. De manera complementaria, se realizó una entrevista semiestructurada a un funcionario del área de Participación Ciudadana

del GAD Municipal de La Libertad, con la finalidad de obtener información sobre las acciones, mecanismos y estrategias utilizadas por la institución para promover la participación ciudadana.

Finalmente, en la tercera etapa se realizó la organización, análisis e interpretación de los datos obtenidos mediante los diferentes instrumentos. La información de la encuesta permitió identificar tendencias en las percepciones de los ciudadanos, mientras que la entrevista aportó información cualitativa para comprender con mayor profundidad las acciones desarrolladas desde la institución. La comparación de estos resultados permitirá establecer una visión más completa del fenómeno estudiado y servirá como base para la elaboración de las conclusiones y recomendaciones de la investigación, orientadas a fortalecer la comunicación y promover una mayor participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad.

IV ANALISIS DE RESULTADO

En el presente análisis encontraremos resultados obtenidos de los respectivos instrumentos de recopilación de datos en forma cuantitativa y cualitativa.

4.1. Análisis cuantitativos: la encuesta

Se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta a 25 moradores del barrio Cumbres de La Libertad, quienes participaron de manera voluntaria en la investigación. La información recopilada permitió conocer la percepción de la ciudadanía sobre las estrategias de comunicación implementadas para promover la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad, cuyos datos fueron organizados y analizados mediante tablas de frecuencia y porcentajes para facilitar su interpretación y dar cumplimiento a los objetivos de la investigación.

Tabla 1: *¿Considera que las estrategias de comunicación utilizadas por los think tanks promueven la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?*

Objetivo específico: Evaluar las estrategias implementadas por los think tanks para fomentar la participación ciudadana en 2025.

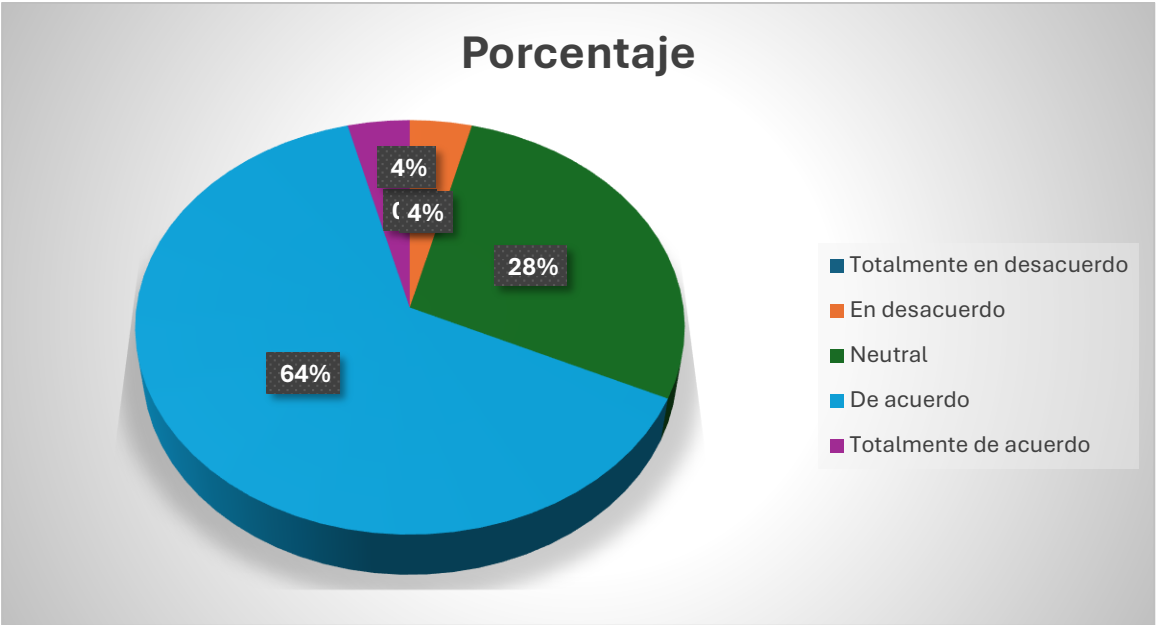
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4%
En desacuerdo	4	16%
Neutral	10	40%
De acuerdo	7	28%
Totalmente de acuerdo	3	12%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 1. ¿Considera que las estrategias de comunicación utilizadas por los think tanks promueven la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?



Fuente: Ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad
Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Con base en los resultados obtenidos, el 40% de los encuestados manifestó una posición neutral respecto a que las actividades que realiza el GAD Municipal de La Libertad brindan suficiente información para promover la participación ciudadana. Asimismo, el 28% indicó estar de acuerdo, lo que evidencia una percepción favorable sobre la información difundida por la institución. En contraste, el 16% expresó estar en desacuerdo, mientras que el 4% señaló estar totalmente en desacuerdo, reflejando que un sector de la población considera insuficiente la información proporcionada. Finalmente, el 12% afirmó estar totalmente de acuerdo, lo que demuestra que una parte de los ciudadanos percibe que las actividades desarrolladas por el GAD Municipal informan adecuadamente y contribuyen al fortalecimiento de la participación ciudadana.

Tabla 2: ¿La información difundida por los think tanks sobre participación ciudadana es clara y fácil de comprender?

Objetivo específico: Evaluar las estrategias implementadas por los think tanks para fomentar la participación ciudadana en 2025.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%

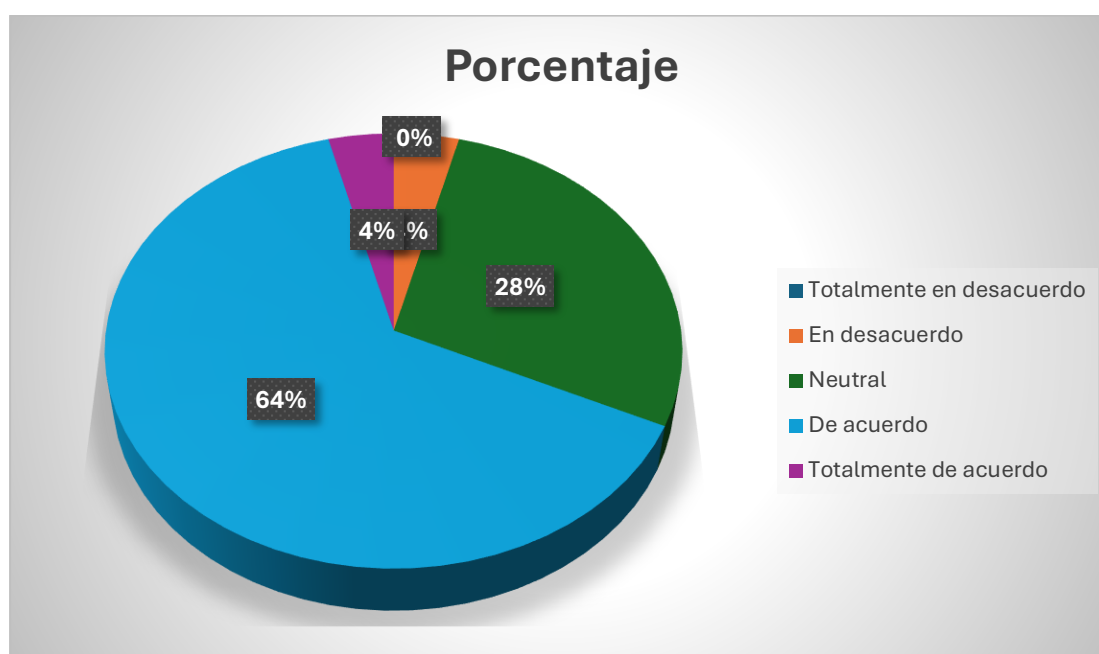
En desacuerdo	3	12%
Neutral	9	36%
De acuerdo	8	32%
Totalmente de acuerdo	5	20%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 2. ¿La información difundida por los think tanks sobre participación ciudadana es clara y fácil de comprender?



Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 36% de los encuestados manifestó una posición neutral respecto a que la información que recibe sobre participación ciudadana es clara y fácil de comprender. Por su parte, el 32% indicó estar de acuerdo y el 20% totalmente de acuerdo, lo que evidencia que más de la mitad de los ciudadanos considera que la información difundida es comprensible. En contraste, el 12% expresó estar en desacuerdo, mientras que ningún encuestado (0%) manifestó estar totalmente en desacuerdo. En conjunto, los resultados reflejan una percepción mayoritariamente favorable sobre la claridad de la información relacionada con

la participación ciudadana, aunque aún existe un grupo de ciudadanos que considera necesario fortalecer este aspecto.

Tabla3: *¿Los medios utilizados por los think tanks, como redes sociales, reuniones y talleres, permiten conocer las actividades de participación ciudadana?*

Objetivo específico: Evaluar las estrategias implementadas por los think tanks para fomentar la participación ciudadana en 2025.

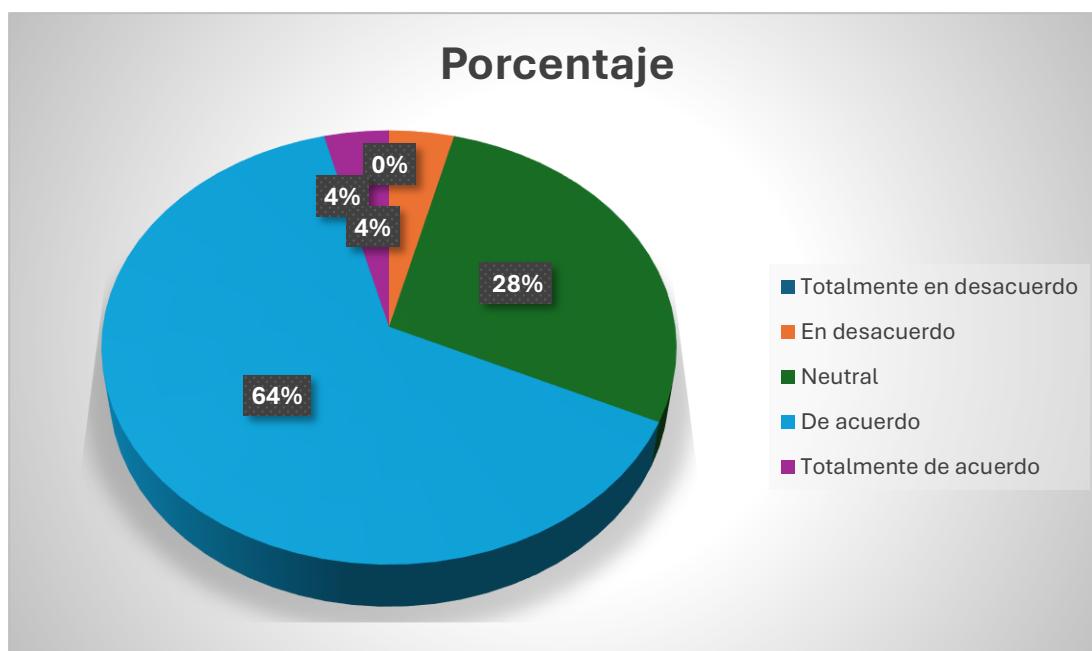
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4%
En desacuerdo	3	12%
Neutral	9	36%
De acuerdo	6	24%
Totalmente de acuerdo	6	24%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 3. *¿Los medios utilizados por los think tanks, como redes sociales, reuniones y talleres, permiten conocer las actividades de participación ciudadana?*



Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Los resultados evidencian que el 36% de los participantes mantiene una postura neutral sobre si los medios de comunicación, como las redes sociales, las reuniones comunitarias y los medios locales, permiten conocer las actividades relacionadas con la participación ciudadana. Asimismo, el 24% manifestó estar de acuerdo y otro 24% totalmente de acuerdo, lo que indica una valoración positiva de los canales de comunicación utilizados para difundir esta información. En cambio, el 12% señaló estar en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, reflejando que un grupo reducido considera que dichos medios no cumplen de manera adecuada con su función informativa. En conjunto, los datos muestran una tendencia favorable hacia la efectividad de los canales de comunicación, aunque también evidencian oportunidades de mejora para ampliar su alcance y efectividad.

Tabla 4: *¿Las acciones realizadas por los think tanks motivan a la ciudadanía a participar en las actividades del GAD Municipal de La Libertad?*

Objetivo específico: Evaluar las estrategias implementadas por los think tanks para fomentar la participación ciudadana en 2025.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4%
En desacuerdo	4	16%

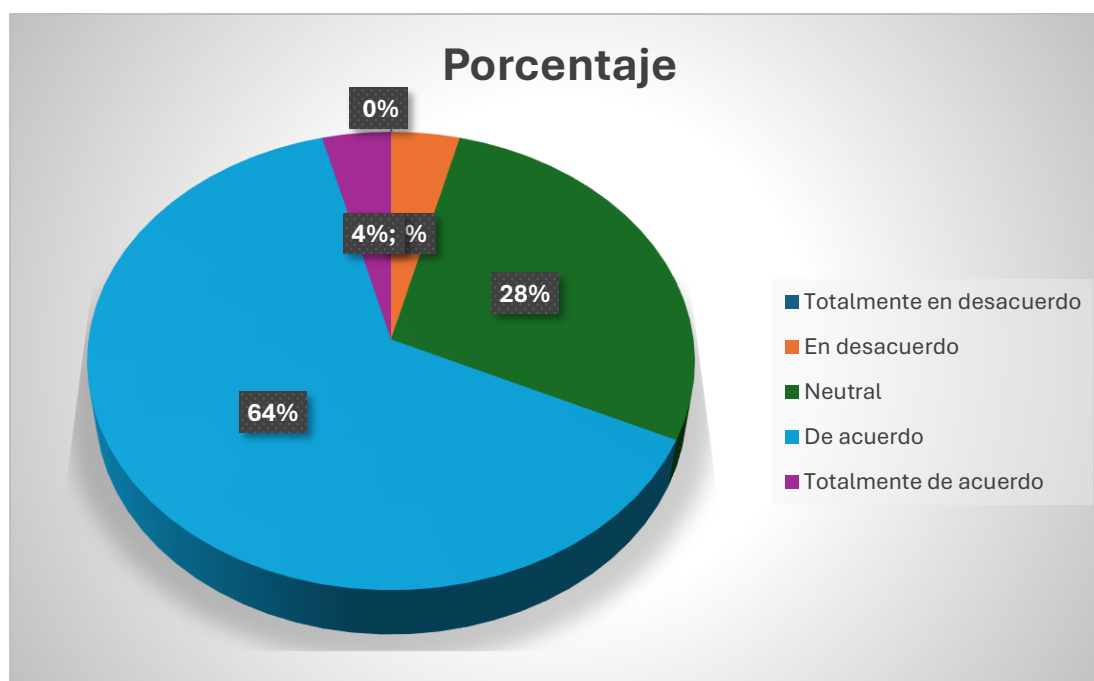
Neutral	8	32%
De acuerdo	7	28%
Totalmente de acuerdo	5	20%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 4. ¿Las acciones realizadas por los think tanks motivan a la ciudadanía a participar en las actividades del GAD Municipal de La Libertad?



Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

De acuerdo con la información recopilada, el 32% de los participantes adoptó una postura neutral frente a la afirmación de que la información difundida incentiva la participación ciudadana en las actividades organizadas por el GAD Municipal de La Libertad. Además, el 28% expresó estar de acuerdo y el 20% totalmente de acuerdo, lo que sugiere que una proporción considerable de los encuestados percibe que las acciones comunicacionales contribuyen a estimular el involucramiento de la ciudadanía. En contraste, el 16% manifestó estar en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, lo que evidencia que aún existe un sector

de la población que considera insuficiente el impacto de la información difundida para fomentar una participación más activa.

Tabla 5: *¿Considera que recibir información clara y oportuna favorece la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?*

Objetivo específico: Identificar los factores que limitan o potencian la participación ciudadana en el contexto del GAD Municipal de La Libertad..

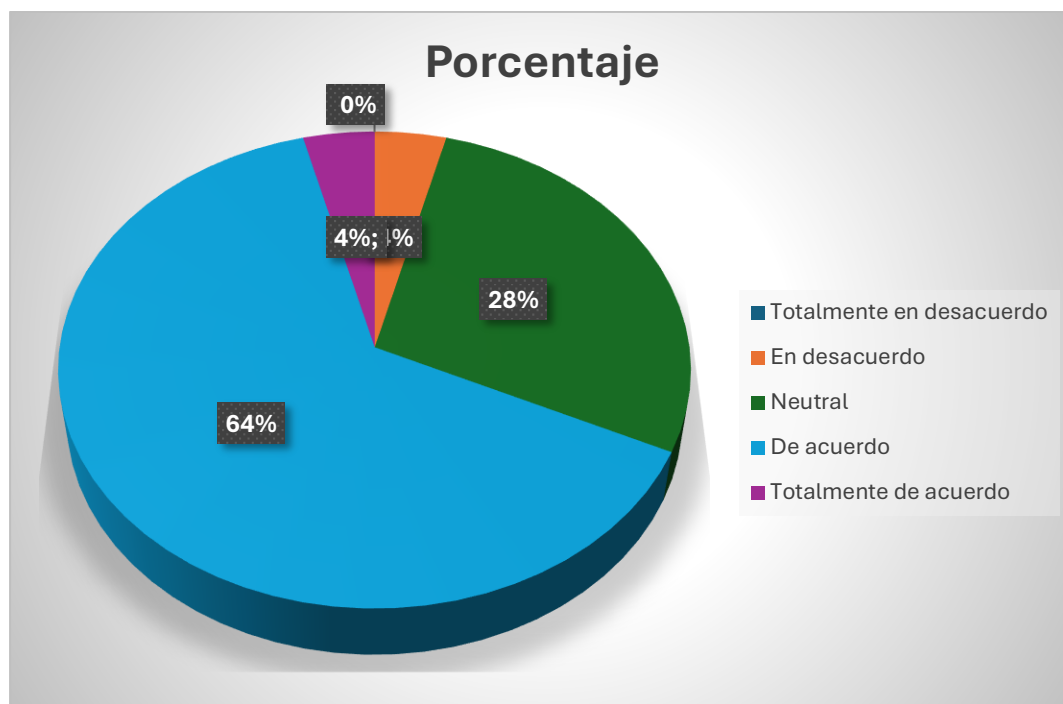
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4%
En desacuerdo	3	12%
Neutral	7	28%
De acuerdo	10	40%
Totalmente de acuerdo	4	16%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 5. ¿Considera que recibir información clara y oportuna favorece la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?



Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Los datos obtenidos evidencian que el 40% de los participantes considera que las estrategias de comunicación favorecen la participación de un mayor número de personas en los asuntos de la comunidad, al manifestar estar de acuerdo con esta afirmación. De igual manera, el 16% señaló estar totalmente de acuerdo, reforzando una valoración positiva sobre la contribución de dichas estrategias. En contraste, el 28% de los encuestados mantuvo una posición neutral, mientras que el 12% expresó estar en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo. En términos generales, los resultados indican que la ciudadanía percibe de manera favorable el aporte de las estrategias de comunicación al fortalecimiento de la participación comunitaria, aunque todavía existen opiniones que sugieren la necesidad de mejorar su alcance e impacto.

Tabla 6: ¿Considera que la falta de información sobre los mecanismos de participación ciudadana limita la participación de la población?

Objetivo específico: Identificar los factores que limitan o potencian la participación ciudadana en el contexto del GAD Municipal de La Libertad.

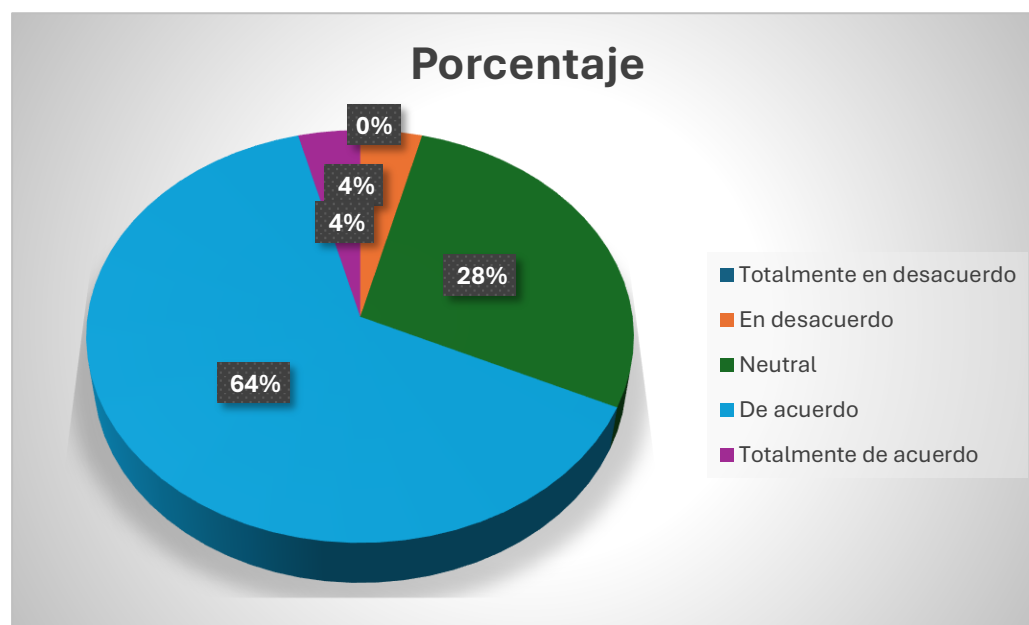
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	8%
Neutral	11	42%
De acuerdo	9	35%
Totalmente de acuerdo	4	15%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 6. ¿Considera que la falta de información sobre los mecanismos de participación ciudadana limita la participación de la población?



Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Según con la información recopilada, el 42% de los participantes adoptó una posición neutral frente a la afirmación de que los medios utilizados para informar a la ciudadanía facilitan su participación en las actividades del GAD Municipal de La Libertad. A su vez, el 35% indicó estar de acuerdo y el 15% totalmente de acuerdo, lo que refleja una valoración positiva sobre el papel que desempeñan estos medios en la promoción de la participación ciudadana. En contraste, el 8% manifestó estar en desacuerdo, mientras que ningún encuestado se ubicó en la categoría totalmente en desacuerdo. En términos generales, los resultados sugieren que los ciudadanos perciben que los canales de comunicación favorecen su participación, aunque existe un grupo que considera que aún pueden fortalecerse para alcanzar una mayor efectividad.

Tabla 7: *¿Los canales de comunicación utilizados por el GAD Municipal permiten a la ciudadanía expresar sus opiniones, necesidades y propuestas?*

Objetivo específico: Identificar los factores que limitan o potencian la participación ciudadana en el contexto del GAD Municipal de La Libertad.

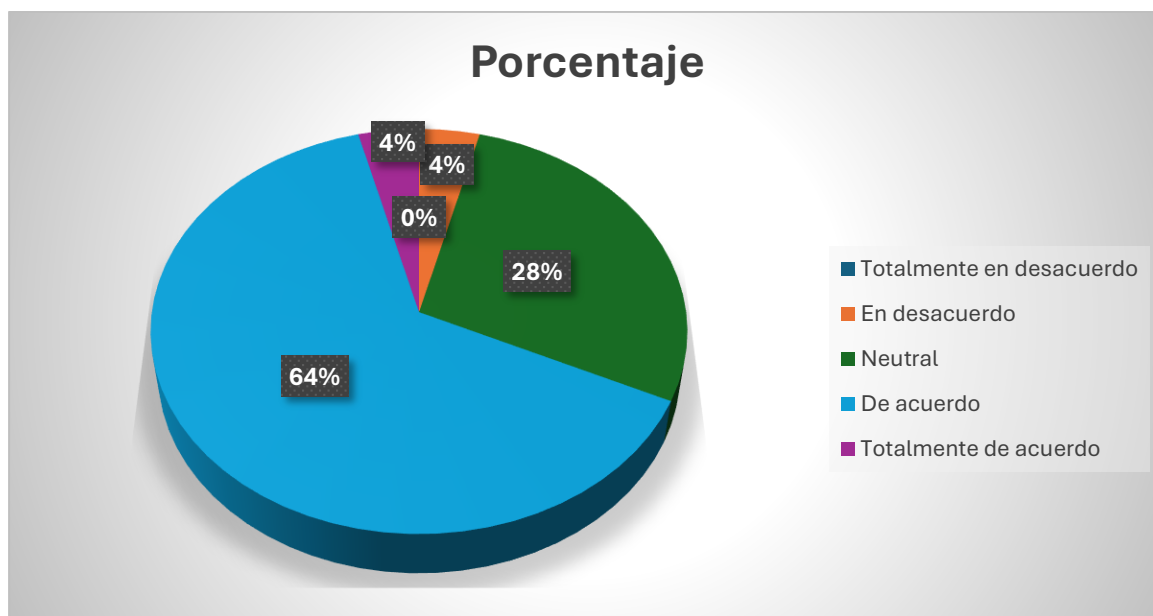
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	4%
Neutral	7	28%
De acuerdo	16	64%
Totalmente de acuerdo	1	4%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 7. ¿Los canales de comunicación utilizados por el GAD Municipal permiten a la ciudadanía expresar sus opiniones, necesidades y propuestas?



Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Los resultados evidencian que el 64% de los encuestados está de acuerdo con la importancia de que existan organizaciones o grupos que promuevan la participación ciudadana mediante acciones de comunicación. Además, el 4% manifestó estar totalmente de acuerdo, lo que refuerza la percepción positiva sobre el papel que desempeñan estas organizaciones en el fortalecimiento del involucramiento ciudadano. Por otro lado, el 28% mantuvo una posición neutral, mientras que el 4% expresó estar en desacuerdo y ningún participante (0%) indicó estar totalmente en desacuerdo. En conjunto, los resultados reflejan una aceptación mayoritaria sobre la relevancia de las acciones comunicacionales como un mecanismo para incentivar la participación de la ciudadanía en los asuntos públicos.

Tabla 8: ¿Qué tan importante es la colaboración entre los think tanks y el GAD Municipal de La Libertad para promover la participación ciudadana?

Objetivo específico: Proponer recomendaciones basadas en los hallazgos para mejorar la colaboración entre think tanks y el GAD en la promoción de la participación ciudadana.

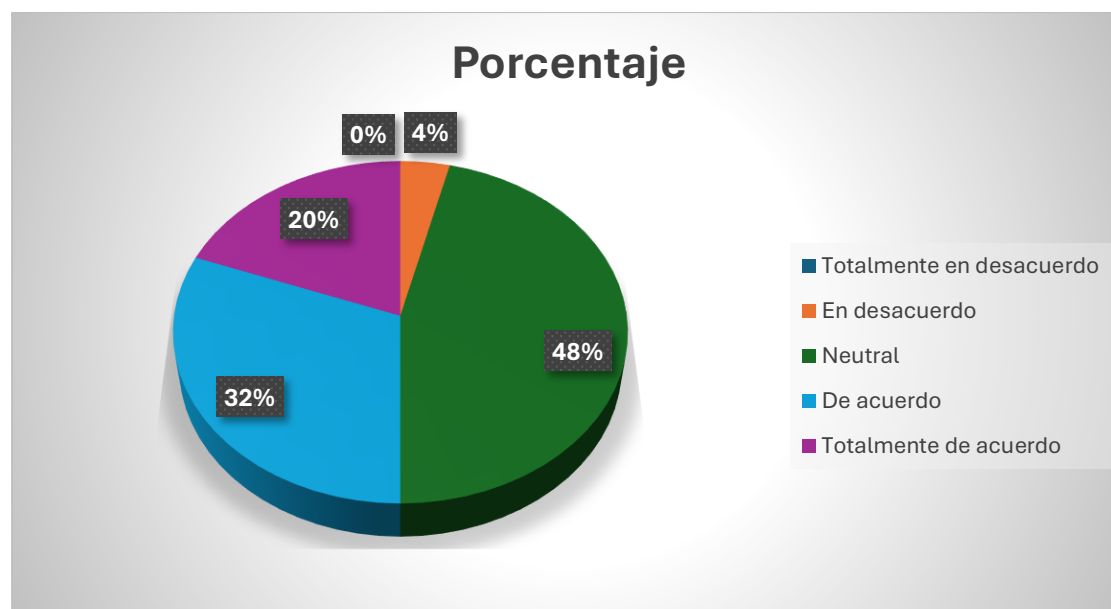
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	4	16%
Neutral	8	32%
De acuerdo	9	36%
Totalmente de acuerdo	4	16%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 8. 8. ¿Qué tan importante es la colaboración entre los think tanks y el GAD Municipal de La Libertad para promover la participación ciudadana?



Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 36% de los participantes manifestó estar de acuerdo con que las acciones de comunicación contribuyen a fortalecer la relación entre la

ciudadanía y el GAD Municipal de La Libertad. Del mismo modo, el 16% señaló estar totalmente de acuerdo, lo que demuestra que una parte significativa de los encuestados reconoce el valor de la comunicación institucional para fomentar un mayor acercamiento con la comunidad. En contraste, el 32% mantuvo una posición neutral, mientras que el 16% expresó estar en desacuerdo y ningún encuestado (0%) indicó estar totalmente en desacuerdo. En conjunto, estos resultados evidencian una tendencia favorable hacia la influencia de las acciones comunicacionales en el fortalecimiento de la relación entre la institución y la ciudadanía, aunque aún persisten opiniones que sugieren la necesidad de mejorar estos procesos.

Tabla 9: *¿La coordinación entre los think tanks y el GAD Municipal facilita la generación de espacios para que la ciudadanía participe en asuntos de interés comunitario?*

Objetivo específico: Proponer recomendaciones basadas en los hallazgos para mejorar la colaboración entre think tanks y el GAD en la promoción de la participación ciudadana.

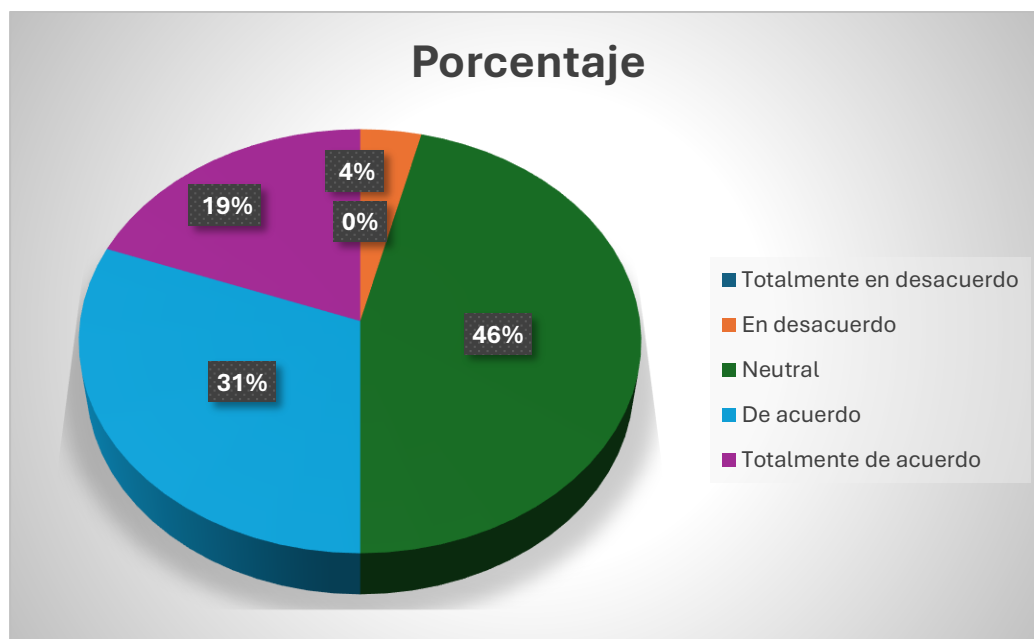
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	8%
Neutral	6	23%
De acuerdo	14	54%
Totalmente de acuerdo	4	15%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 9. ¿La coordinación entre los think tanks y el GAD Municipal facilita la generación de espacios para que la ciudadanía participe en asuntos de interés comunitario?



Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Los resultados de la encuesta indican que la mayor proporción de los participantes (54%) se mostró de acuerdo con la afirmación de que recibir información clara y oportuna sobre las actividades del GAD Municipal de La Libertad incrementa su motivación para participar. Además, el 15% manifestó estar totalmente de acuerdo, evidenciando una valoración positiva hacia la comunicación institucional. En contraste, el 23% de los encuestados mantuvo una postura neutral, mientras que el 8% expresó estar en desacuerdo y ningún participante (0%) seleccionó la opción totalmente en desacuerdo. En términos generales, estos resultados permiten apreciar que la disponibilidad de información comprensible y oportuna es percibida como un factor que favorece el interés de la ciudadanía por involucrarse en las iniciativas promovidas por el GAD Municipal de La Libertad.

Tabla 10: ¿Los think tanks contribuyen a la promoción de la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?

Objetivo específico: Proponer recomendaciones basadas en los hallazgos para mejorar la colaboración entre think tanks y el GAD en la promoción de la participación ciudadana

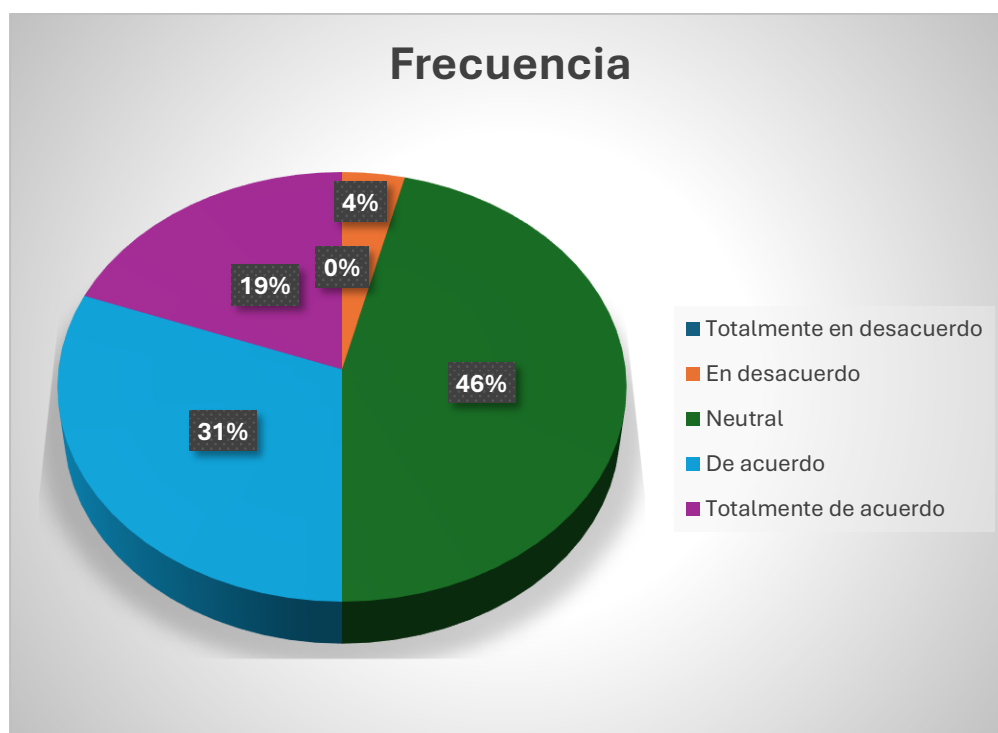
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	4%
Neutral	12	46%
De acuerdo	8	31%
Totalmente de acuerdo	5	19%
Total	25	100%

Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

Figura 10. ¿Los think tanks contribuyen a la promoción de la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?



Fuente: dirigido a los ciudadanos del Barrio Cumbres de La Libertad

Fecha: 30 de junio

Elaborado por: Jhonny Carpio Massott

La información recopilada evidencia que el 46% de los participantes mantuvo una postura neutral respecto a si las estrategias de comunicación utilizadas por los think tanks contribuyen a fortalecer la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad. Por otra parte, el 31% señaló estar de acuerdo y el 19% totalmente de acuerdo, lo que indica que una proporción significativa de los ciudadanos reconoce el impacto positivo de estas acciones comunicacionales. En contraste, únicamente el 4% manifestó estar en desacuerdo, mientras que ningún encuestado (0%) seleccionó la opción totalmente en desacuerdo. En este sentido, puede apreciarse una valoración favorable hacia el papel de las estrategias de comunicación en el impulso de la participación ciudadana, aunque el predominio de respuestas neutrales evidencia que aún es necesario consolidar su visibilidad y alcance entre la población.

4.2. Entrevista

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas semiestructurada

Objetivo específico: Proponer recomendaciones basadas en los hallazgos para mejorar la colaboración entre think tanks y el GAD en la promoción de la participación ciudadana.

Entrevistado: Michael Tumbaco Tomalá

Cargo: Sociólogo

Especialidad: Trabajo Social

Entrevistador: Jhonny Bryan Carpio Massott

Variables/categorías	Preguntas	Respuesta	Observación
----------------------	-----------	-----------	-------------

Variables Dependiente / Independiente Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso GAD Municipal De La Libertad, 2025	1. ¿Qué aportes consiVdera que pueden realizar los Think Tanks para fortalecer la gestión pública y la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?	Siento que los aportes que puede dar ese grupo de especialistas son muchos, porque al tener la gestión administrativa dentro del GAD Municipal, muchas veces se obvian temas de acuerdo con las necesidades de la comunidad. Ahí es cuando intervienen estos grupos, que brindan sus aportes y experiencia. Al menos bajo mi experiencia, nuestro departamento no trabajaba directamente con la comunidad; quien se encargaba era el Consejo Consultivo. De esta manera, los proyectos que presentaban eran evaluados y, según el caso, aprobados o desaprobados. Sin embargo, estos grupos especializados son de suma importancia, ya que, al momento de realizar o aprobar una gestión, muchas veces no existen fundamentos sólidos y se trabaja bajo determinadas ideas. Con la ayuda de estos grupos, en cambio, se puede trabajar de acuerdo con las necesidades reales y atender las urgencias de la comunidad.	La respuesta evidencia que los grupos especializados o Think Tanks pueden aportar conocimientos técnicos y fundamentos sólidos para la toma de decisiones del GAD Municipal, especialmente frente a necesidades que pueden ser omitidas dentro de la gestión administrativa. Asimismo, se destaca la importancia de estos actores para identificar las necesidades reales de la comunidad y orientar la gestión pública hacia la atención de sus principales problemáticas. Sin embargo, también se observa que la vinculación directa entre el departamento municipal y la comunidad era limitada, debido a la intermediación del Consejo Consultivo.
--	---	--	--

Variables Dependiente / Independiente Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso GAD Municipal De La Libertad, 2025	¿Qué mecanismos o estrategias implementa el GAD Municipal de La Libertad para promover la participación ciudadana en la gestión pública local?	En nuestro periodo. Lo que se pudo realizar fueron. Consejos en esta ocasión, pues se realizaban las reuniones parroquiales, con mesas de apoyo, debates e incluso el. Presupuesto participativo y también mesas participativas, perdón con la Comunidad directamente y como les indicaba, por medio del Consejo consultivo, y de ahí pasaba a nuestro departamento.	La respuesta evidencia que durante el periodo analizado se implementaron diversos mecanismos de participación ciudadana, entre ellos reuniones parroquiales, mesas de apoyo, debates y presupuesto participativo. Estos espacios permitieron recoger las necesidades y propuestas de la comunidad, las cuales eran canalizadas mediante el Consejo Consultivo hacia el departamento municipal correspondiente. Se observa, por tanto, la existencia de mecanismos institucionalizados para incorporar la participación ciudadana en la gestión pública.
Variables Dependiente / Independiente Think Tanks en la Promoción de la Participación Ciudadana: Caso GAD Municipal De La Libertad, 2025	¿De qué manera considera que los aportes de los Think Tanks pueden contribuir a fortalecer la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad?	Realmente. Pueden contribuir bastante. De hecho, es la prioridad. Son las bases. Recordemos que las bases para el GAD municipal en sí tiene que estar orientado al bienestar de la comunidad. Y nadie, Nadie conoce mejor las necesidades de la comunidad que la propia Comunidad, Entonces, en este caso, pues. Se podrían realizar ciertas actividades y más bien trabajo en conjunto con la Comunidad. Sin embargo, siento que también hay	La respuesta destaca que la participación de la comunidad es fundamental para orientar la gestión del GAD Municipal, debido a que sus propios habitantes conocen de manera directa sus necesidades y problemáticas. Asimismo, se identifica como principal limitante la desinformación sobre el significado de las políticas públicas, lo que genera cierto rechazo o recelo hacia la participación por

		una limitante. La limitante en este caso es que. Muchas de las veces, las personas de la Comunidad, de las parroquias de los barrios evitan el participar en temas políticos. Sin embargo. Esto es por la desinformación que existe cuando estábamos nosotros tratábamos de realizar cierto trabajo en conjunto con la Comunidad, muchas de las veces no asistían o había cierto tipo de recelo con tema político debido a la desinformación, porque al mencionar políticas públicas, lo primero que relacionan las personas naturales de la Comunidad es que, obviamente, va a haber un tema relacionado a. Partidos políticos. Cuando no es así, las políticas públicas van mucho más allá de eso que en este caso, pues es realizar. Ciertas actividades para el bienestar de la misma comunidad.	asociarla con intereses o partidos políticos. Esto evidencia la necesidad de fortalecer la información, sensibilización y comunicación con la ciudadanía para promover una participación más activa y efectiva.
--	--	---	--

V DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la presente investigación permitieron analizar el papel de los think tanks en la promoción de la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad durante el año 2025. La información recopilada a través de la encuesta aplicada a los habitantes del barrio Cumbres de La Libertad y la entrevista realizada a un ex funcionario del Departamento de Participación Ciudadana permitió contrastar la percepción ciudadana con la visión institucional.

En relación con el primer objetivo específico, evaluar las estrategias implementadas por los think tanks para fomentar la participación ciudadana en 2025, los resultados muestran que los ciudadanos reconocen la existencia de diferentes medios de comunicación, como redes sociales y espacios comunitarios, que permiten informarse sobre las actividades del GAD Municipal. Sin embargo, el número de respuestas neutrales evidencia que no todos los ciudadanos logran identificar claramente estas estrategias o no reciben la información de manera constante. Esto sugiere que, aunque las estrategias existen, su alcance y efectividad aún pueden fortalecerse.

Este hallazgo se relaciona con lo planteado por Xifra, quien sostiene que los think tanks tienen un rol importante en la difusión de información y en la generación de vínculos con la sociedad. En este caso, se observa que la comunicación sí cumple una función informativa, pero todavía enfrenta el reto de lograr mayor cercanía y reconocimiento por parte de la ciudadanía.

Respecto al segundo objetivo específico, identificar los factores que limitan o potencian la participación ciudadana en el contexto del GAD Municipal de La Libertad, los resultados evidencian que la claridad y oportunidad de la información son elementos que favorecen la participación. Los ciudadanos tienden a involucrarse más cuando comprenden las actividades y conocen cómo pueden participar. Por otro lado, el desconocimiento de las acciones municipales y la falta de acceso a información adecuada aparecen como factores que limitan su participación.

La información obtenida en la entrevista permite complementar estos resultados, ya que se reconoce que, aunque existen mecanismos de comunicación, la participación no depende únicamente de la difusión, sino también del interés ciudadano, la accesibilidad de los canales utilizados y la existencia de espacios reales de diálogo. Esto demuestra que la participación ciudadana es un proceso que requiere tanto información como interacción efectiva entre autoridades y comunidad.

En cuanto al tercer objetivo específico, proponer recomendaciones basadas en los hallazgos para mejorar la colaboración entre think tanks y el GAD en la promoción de la participación ciudadana, los resultados permiten reflexionar sobre la necesidad de fortalecer el trabajo conjunto entre estos actores. La percepción ciudadana evidencia que la comunicación es valorada, pero también que aún existen oportunidades para mejorar su alcance y cercanía. En este sentido, una mayor coordinación entre think tanks y el GAD podría contribuir a diseñar estrategias más organizadas, con contenidos claros y orientados a las necesidades de la población.

En conjunto, los hallazgos permiten comprender que la comunicación no solo cumple una función informativa, sino que también influye en la forma en que los ciudadanos perciben y participan en la gestión pública. Por ello, fortalecer las estrategias comunicacionales y promover una relación más cercana entre el GAD Municipal, los think tanks y la ciudadanía puede favorecer una participación más activa y consciente en los asuntos de la comunidad.

VI CONCLUSIONES

La investigación permitió analizar el papel de los think tanks en la promoción de la participación ciudadana en el GAD Municipal de La Libertad durante el año 2025. A partir de la información obtenida mediante la aplicación de instrumentos de investigación, se pudo conocer como se desarrollan las acciones de comunicación y cuales son las principales condiciones que influyen en la participación de los ciudadanos. Los resultados muestran que la comunicación contribuye un elemento importante para acercar a la ciudadanía a los asuntos públicos y generar mayor conocimiento sobre los espacios disponibles para participar.

En relación con el primer objetivo específico, evaluar las estrategias implementadas por los think tanks para fomentar la participación ciudadana en 2025, se identificó que las acciones de comunicación se apoyan principalmente en medios como las redes sociales, reuniones y otros espacios de difusión. Estas estrategias permiten transmitir información relacionada con actividades y temas de interés para la ciudadanía. Sin embargo, se evidenció que su alcance todavía puede mejorar, debido a que no todos los ciudadanos reciben o conocen de manera suficiente la información difundida. Por ello, es necesario fortalecer las estrategias existentes y adaptarlas a las características de la población.

Respecto al segundo objetivo específico, identificar los factores que limitan o potencian la participación ciudadana en el contexto del GAD Municipal de La Libertad, los resultados permitieron reconocer que el acceso a información clara y oportuna favorece el interés de los ciudadanos por participar. Asimismo, los espacios de comunicación y diálogo con las autoridades pueden facilitar una mayor intervención de la comunidad en los asuntos públicos. Entre los factores que pueden limitar esta participación se encuentra el desconocimiento de las actividades, mecanismos y espacios disponibles para involucrarse en la gestión pública. Esto demuestra la importancia de mejorar la forma en que se comunica la información a la ciudadanía.

En cuanto al tercer objetivo específico, relacionado con determinar la percepción de la ciudadanía respecto a las acciones comunicacionales desarrolladas para fomentar su participación en la gestión pública local, se concluye que los ciudadanos mantienen una percepción mayormente favorable sobre la importancia de la comunicación como herramienta para promover la participación. Sin embargo, la presencia de respuestas neutrales demuestra que es necesario fortalecer la interacción institucional, generar mayor confianza y promover espacios de diálogo permanente entre autoridades y comunidad.

En cuanto al tercer objetivo específico, proponer recomendaciones basadas en los hallazgos para mejorar la colaboración entre think tanks y el GAD en la promoción de la participación ciudadana, los resultados evidencian la necesidad de fortalecer la coordinación entre ambos actores. La colaboración puede permitir una mejor difusión de información, el desarrollo de espacios de diálogo y la generación de iniciativas que respondan a las necesidades de la comunidad. En este sentido, las acciones conjuntas deben orientarse a facilitar el acceso de los ciudadanos a la información y a generar mayores oportunidades para expresar opiniones, necesidades y propuestas.

Finalmente, la investigación permite establecer que los think tanks pueden desempeñar un papel de apoyo en la promoción de la participación ciudadana cuando sus acciones de comunicación se articulan con las iniciativas del GAD Municipal de La Libertad. No obstante, para que este aporte tenga mayor alcance, es necesario fortalecer los canales de comunicación, mejorar la difusión de los mecanismos de participación y promover una coordinación más constante entre el GAD, los think tanks y la ciudadanía. De esta manera, se pueden generar mejores condiciones para que la población conozca, se interese y participe en los asuntos de su comunidad.

VII RECOMENDACIONES.

A partir de los resultados obtenidos en la presente investigación sobre “Los Think Tanks en la promoción de la participación ciudadana: caso GAD Municipal de La Libertad, 2025”, se plantean las siguientes recomendaciones. Estas propuestas buscan responder a los principales hallazgos del estudio y contribuir al fortalecimiento de la comunicación, la participación ciudadana y la relación entre los think tanks y el GAD Municipal de La Libertad.

En relación con el primer objetivo específico, evaluar las estrategias implementadas por los think tanks para fomentar la participación ciudadana en 2025, se recomienda fortalecer y diversificar los medios utilizados para difundir información relacionada con la participación ciudadana. Para ello, el GAD Municipal de La Libertad, en coordinación con los think tanks, puede aprovechar de mejor manera las redes sociales, reuniones comunitarias, medios locales y otros espacios de comunicación. Los contenidos deben presentarse de forma clara y sencilla, considerando las características de los diferentes grupos de la población, con el propósito de que la información llegue a un mayor número de ciudadanos.

Respecto al segundo objetivo específico, identificar los factores que limitan o potencian la participación ciudadana en el contexto del GAD Municipal de La Libertad, se recomienda fortalecer los espacios de comunicación directa con la comunidad. La realización de mesas de diálogo, reuniones barriales y encuentros comunitarios permitiría conocer de manera más cercana las necesidades y propuestas de los ciudadanos. Al mismo tiempo, estos espacios pueden servir para informar sobre proyectos, actividades y mecanismos de participación disponibles, reduciendo el desconocimiento que puede limitar la intervención de la población en los asuntos públicos.

En cuanto al tercer objetivo específico, proponer recomendaciones basadas en los hallazgos para mejorar la colaboración entre think tanks y el GAD en la promoción de la participación ciudadana, se recomienda establecer mecanismos de coordinación más constantes entre ambas partes. Esta coordinación podría desarrollarse mediante reuniones periódicas, mesas de trabajo o actividades conjuntas orientadas a la comunicación y participación ciudadana. De esta manera, los conocimientos y aportes de los think tanks podrían complementar las acciones del GAD Municipal y contribuir a generar propuestas más cercanas a las necesidades de la comunidad.

Finalmente, se recomienda que el GAD Municipal de La Libertad fortalezca sus procesos de comunicación y participación mediante acciones planificadas, permanentes y cercanas a la

ciudadanía. No se trata únicamente de informar sobre las actividades municipales, sino también de generar espacios en los que los ciudadanos puedan expresar sus opiniones, necesidades y propuestas. Para ello, la participación de los think tanks y de otros actores sociales puede convertirse en un apoyo importante para construir mecanismos de comunicación más abiertos y fortalecer la relación entre la institución y la comunidad.

VIII REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

addington, H. S. (2021). *¿La promoción de la participación ciudadana en la gobernanza de los servicios públicos conduce a una mejor prestación de servicios y calidad de vida?* cacarca: CAF. Obtenido de <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1836>

Agudelo Viana, L. G. (2008). *Diseños de investigación experimental y no-experimental*. Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Obtenido de <https://hdl.handle.net/10495/2622>

Álvarez Sarmiento, F. V., & Illescas Reinoso, D. V. (2021). *Estrategias de la comunicación digital en el manejo de redes sociales para la promoción de microempresas*. Ecuador, Cuenca: Killkana Sociales. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8319489>

Amalia Guillen, K. S. (2009). *Origen, espacio y niveles de participación ciudadana*. International journal of good conscience. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v4-n1/4\(1\)%20179-193.pdf](http://www.spentamexico.org/v4-n1/4(1)%20179-193.pdf)

Antonio Castillo-Esparcia, E. C.-O.-D. (2020). *Los think tanks en España. Análisis de sus estrategias de comunicación digitales*. España: Revista Latina de Comunicación Social. doi:10.4185/RLCS-2020-1457

Cambria, A. (2016). *La importancia de la comunicación estratégica*. Español: IEEE. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LaImportanciaDeLaComunicacionEstrategica-5998262.pdf>

Carrión, Orazio Bellettini y Melania. (2009). *Partidos políticos y think tanks en el Ecuador*. Ecuador: IDEA. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37846846/IDEA-think-tanks-y-partidos-politicos-en-america-latina-libre.pdf?1433655634=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDIME_A_QUIEN_ESCUCHAS_THINK_TANKS_Y_PART.pdf&Expires=1777854431&Signature=OKr~4H

Grisel Galiano Maritan, C. L., & Zurita, G. A. (2023). *La participación ciudadana: fundamento esencial de la democracia en Ecuador*. Ambato: Universidad Regional Autónoma de los Andes. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5646/564676370007/564676370007.pdf>

Gutiérrez David, M. E. (2014). *Derecho de acceso a la información pública*. Madrid: Universidad Carlos III. doi:<https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/bb9b1c2b-412e-47c4-84ca-e79767875eb5/content>

Haas., R. N. (2002). *Think Tanks and U.S. Foreign Policy: A Policy-Maker's Perspective*. USA: US. Departament of State. Obtenido de <https://2001-2009.state.gov/s/p/rem/15506.htm>

Hernández-Sánchez, I. P.-P.-B. (2018). *Espacios*. Obtenido de Espacios: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58330705/COC_como_modelo_de_participacion-libre.pdf?1549310401=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DComportamiento_Comportamiento_Organizaci.pdf&Expires=1779777086&Signature=awrITbWd6DuN9yB9ZqsFrGfQ5Uiga

Herrera Castrillo, C. J. (2024). *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*. OJS / PKP. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/webmaster,+12660.+Paradigma+Positivista+.pdf>

Irma Reyes Blácido, E. D. (2022). *Métodos científicos y su aplicación en la investigación pedagógica*. España: Revista Dilemas Contemporáneos. doi:<https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i2.3106>

Kuntz, F. (2013). *Communications and Impact Metrics for Think Tanks*. CHINA: CIGI. Obtenido de <https://www.cigionline.org/articles/communications-and-impact-metrics-think-tanks/>

Lopez, J. M. (2004). *LA FORMACION DE LA OPINION PUBLICA*. MADRID: UNIVRSIDAD EUROPEA. Obtenido de https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=TrJ0cVwAAAAJ&citation_for_view=TrJ0cVwAAAAJ:Y0pCki6q_DkC

Mario Enrique Rendón-Macías, I. (2016). *Estadística descriptiva*. Mexico: Alegria Mexico. doi:Rev Alerg Mex. 2016;63(4):397-407

Merino, M. (2019). *La participación ciudadana en la democracia*. Mexico: Instituto Nacional Electoral. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64827129/cuaderno_04-libre.pdf?1604278764=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGobiernos_y_democraciacion_con_notaintr.pdf&Expires=1779401928&Signature=VBKupT2h43z70PmI-HXZBKCBVl-VI2~fWGvx2lmBXCceiqsNiy

Morella Arráez, J. C. (2006). *La Hermenéutica: una actividad interpretativa*. CARACAS: SAPIENS. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152006000200012

Pinilla, J. P. (2012). *Polis Revista Latinoamericana*. Obtenido de Polis Revista Latinoamericana: <https://journals.openedition.org/polis/6521>

Ponsa, F. (2009). *El marketing de las ideas: Los 'think tanks' en España y en el mundo*. España: OUC. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=2x0ft40I0vEC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Estrategias+de+comunicaci%C3%B3n+de+los+think+tanks&ots=zU4dsIenoA&sig=W9I8YSfQH8U90w5oxWlXMrUOMSG&redir_esc=y#v=onepage&q=Estrategias%20de%20comunicaci%C3%B3n%20de%20los%20think

Thompson, I. (s.f.). *Promo Negocio. net*. Obtenido de Promo Negocio. net: https://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html#google_vignette

Vac, E. G. (2016). *Modelo de Producción de Contenidos Digitales para la Educación*. Quito : Scielo . Obtenido de https://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-67122016000100020

Valia Luz Venegas-Mejía, J. E.-G.-B., & y, Y. A.-J. (2025). *Validez y confiabilidad en investigaciones en ciencias sociales y políticas. Análisis comparativo en los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto*. Maracaibo: SciELO. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0798-14062025000200097&script=sci_arttext

Xifra, J. (2008). Los Think tanks. En J. Xifra, *EL PENSAMINETO AL SERVICIO DE LA ACCION POLITICA* (pág. 11). BARCELONA: UOC. Obtenido de <https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/11eef731-82d0-4486-a478-2a72af6f4f7e/content>

IX ANEXOS

