



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ESTUDIANTE:**

**ANTHONY JAVIER GONZALEZ TOMALA**

**DOCENTE TUTOR:**

**LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR**

**ARTÍCULO ACADÉMICO:**

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LAS  
ACTIVIDADES DE LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA  
“BENJAMÍN CARRIÓN” NÚCLEO PROVINCIAL DE SANTA  
ELENA.**

**2022**

## DECLARACIÓN DE AUTORIA

Quien suscribe; **Anthony Javier González Tomalá** con C.C: **2450021809**, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Artículo Académico presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo tema es: **Estrategias de Comunicación Externa de las Actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena**. Corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, enero 18 del 2022

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Anthony J. González Tomalá', with a stylized flourish at the end.

**Anthony Javier González Tomalá**  
C.C.: 2450021809



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA COMUNICACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC ARTÍCULO ACADÉMICO  
MODALIDAD TELETRABAJO

La Libertad, 20 de enero de 2022

Magíster  
BENJAMÍN WILSON LEON VALLE, MDL  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**  
En su despacho. -

En calidad de tutora asignada por la carrera de Comunicación, informo a usted que: **Anthony Javier González Tomalá**, con cédula de identidad N° **2450021809**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el **Instructivo para la implementación de la Unidad de Integración Curricular – UIC**, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de covid-19.

**Art 14.- Actividades académicas del docente tutor.** - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular en la plataforma zoom, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que: **ANTHONY JAVIER GONZALEZ TOMALA**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Artículo Académico: **Estrategias de Comunicación Externa de las Actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; Artículo Académico. Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

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

Atentamente,

Lcda. Sandra Maldonado López, Mgtr  
**DOCENTE TUTOR**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



---

Lcdo. Benjamín Wilson León Valle,  
Mgtr. **DIRECTOR CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



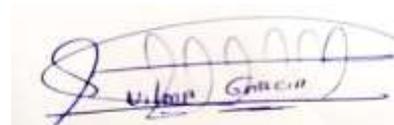
---

Lcda. Ángel Matamoros Dávalos,  
PhD. **DOCENTE ESPECIALISTA  
DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcda. Sandra Maldonado López, Mgtr.  
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcda. García González Vilma Maribel,  
Mgtr.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

**GONZALEZ TOMALA ANTHONYJAVIER  
ESTUDIANTE**

**Estrategias de comunicación externa de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena.**

**Strategies for external communication of the activities of the Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" Núcleo Provincial de Santa Elena.**

Anthony Javier González Tomalá

<https://orcid.org/0000-0002-1502-8597>

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador)  
anthony.gonzaleztomala@upse.edu.ec

Lcda. Sandra Betzabeth Maldonado López, Mgtr

<https://orcid.org/0000-0001-8534-7318>

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador)  
[smaldonado@upse.edu.ec](mailto:smaldonado@upse.edu.ec)

## **Resumen**

En el siguiente trabajo se pondrán en evidencia los contenidos teóricos, referentes bibliográficos, e investigaciones previas que dieron soporte a la investigación denominada Estrategias de Comunicación Externa de las Actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena. La finalidad de este proceso de investigación es identificar las estrategias de comunicación externa de este organismo cultural para implementar de una manera clara y precisa a los medios de comunicación, de esta manera se podrá tener un contacto más íntimo con la población en general, el proceso de recolección de datos fue a través de la metodología cualitativa, para fortalecer la misma se utilizó una ficha de observación, de esta manera se pudo deducir con el uso de la herramienta de la observación directa, la percepción que tiene el público general con relación a las actividades que desempeña la casa de la cultura, al finalizar la intervención investigativa se presentan las conclusiones de este artículo científico dándole a la comunidad investigativa herramientas necesarias para ejercer una investigación más profunda si lo considera necesario, para terminar este estudio se deja en evidencia las recomendaciones que el autor deja para la casa de la cultura “Benjamín Carrión”

**Palabras Claves** Comunicación, estrategias de comunicación, comunicación externa, comunicación digital, contenido multimedia, actividades culturales.

## **Abstrac**

to implement in a clear and precise way the external communication media, in this way it will be possible to have a more intimate contact with the general population, the collection process of data was through the qualitative methodology, to strengthen it an observation sheet was used, in this way it was possible to deduce with the use of the direct observation tool the perception that the general public has in relation to the activities that plays the house of culture, at the end of the investigative intervention the conclusions of this scientific article are presented giving the research community the necessary tools to carry out a more in-depth investigation if it considers it necessary, to finish this study the recommendations that the author leaves for the house of culture "Benjamín Carrión"

**Keywords** Communication, Communication strategies, external communication, digital communication, multimedia content, cultural activities.

## Introducción

En la actualidad la sociedad se mantiene comunicada en todo momento, si una empresa o institución no informa de lo que realiza, es como si no existiera. Es así como la comunicación externa se ha convertido en una estrategia fundamental para que las organizaciones logren sus objetivos planteados, conllevándola así al éxito. Sin embargo, existen varias organizaciones que desconocen de estas estrategias, por tal motivo se han realizado varios estudios y análisis, entre ellos:

Medina (2021) en su trabajo investigativo denominado “Plan estratégico de comunicación externa para Cineplanet” indica lo siguiente:

El plan estratégico de comunicación externa, tiene como objetivo mejorar la reputación actual de Cineplanet. Esto se dará mediante una estrategia de social media y difusión de marca empleadora, teniendo como principal aliado a los colaboradores, quienes cumplirán el rol de embajadores de marca y a los medios de comunicación, pues son estos quienes tomaron un papel importante en la difusión del problema que afrontó Cineplanet con la llegada de la COVID-19, debido a estas muchas empresas como instituciones se volcaron a renovar su plan estratégico de comunicación externa.

El trabajo de investigación indica perfectamente lo importante que es tener un plan estratégico de comunicación externa, es así como se informa correctamente lo que se realiza en la institución. Junto con el avance de las nuevas tecnologías, también existen las plataformas que nos brinda internet, en este caso las páginas Web y redes sociales, es por esto que Graverán, Sánchez, & Portuondo (2019) en su artículo “El proceso de comunicación externa del Centro Nacional de Bio-preparados en las redes sociales Facebook y Twitter”, menciona lo siguiente:

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, los espacios, las plataformas y los instrumentos que brinda Internet y la Web 2.0, las redes sociales han adquirido vital importancia para las empresas y el desarrollo de la comunicación en estas. El presente trabajo propuso identificar la estrategia de inserción en las redes sociales Facebook y Twitter, para lo cual se realizó un análisis de la cantidad de publicaciones y de seguidores, la interacción con las publicaciones. La inserción ha permitido alcanzar un mayor número de seguidores, un aumento de las visitas a publicaciones, una mayor interacción con instituciones afines, el crecimiento del intercambio de información y contenido entre las empresas homólogas y la ampliación de la visibilidad del Centro en el público externo, lo que genera, además, nuevos públicos estratégicos.

Sin duda conocer el público objetivo es uno de los puntos importantes al momento de hablar de estrategias de comunicación, ya que los trabajos estarán focalizados en ellos, entonces se tendrá esa aceptación eficaz del mensaje. En relación con este tema González, Proaño, & Resabala (2018) en su trabajo de titulación llamado “Periodismo cultural y web 2.0: la radio online Casa de la Cultura Ecuatoriana, una experiencia de periodismo cultural en la web 2.0.” menciona que:

La metodología aborda la teoría funcional estructuralista de la comunicación planteada por Román Jacobson y el modelo de análisis para radio sugerido por César Augusto Rodríguez. El propósito de este estudio es establecer las características en el manejo del periodismo cultural en la web 2.0, haciendo énfasis en los temas culturales, la pluralidad, la contrastación de fuentes, la rigurosidad periodística, las fortalezas y debilidades del proceso, dando como resultado la elaboración de un instructivo

sistemático que contenga los elementos base para hacer un programa cultural en la radio online, y que a su vez sirva como guía para los interesados en esta rama de la comunicación.

En la perspectiva del presente artículo académico, se analiza el uso de las estrategias de comunicación externa de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena, debido a que es algo fundamental para el crecimiento de una institución, por lo tanto, se analizan las estrategias de comunicación externas implementadas en las actividades realizadas en un periodo de tiempo determinado.

Debe señalarse que este trabajo de investigación surge ante el desconocimiento o mal uso de las estrategias de comunicación para el posicionamiento de las instituciones o empresas, que pretenden llegar a su público objetivo, pero no lo abarcan de la mejor manera posible, debido a la falta de conocimiento o ineficiencia de su departamento de comunicación que actúe eficazmente.

De tal manera la presente investigación emerge de la necesidad de investigar y analizar las estrategias de comunicación externa empleadas en las actividades de la Institución Casa de la Cultura Núcleo Provincial de Santa Elena, teniendo en cuenta lo importante que puede llegar hacer la información obtenida, en efecto para mejorar los conocimientos sobre las estrategias que se puede emplear a futuro con el equipo de comunicación de esta institución, quienes serían los beneficiarios de los datos obtenidos. Visto de esta forma este trabajo busca proporcionar información que será útil para las instituciones que desconocen de las estrategias de comunicación externa, de modo que se puedan emplear para mejorar la imagen corporativa de la misma.

Evidentemente en la actualidad en la que se vive, un mundo digitalizado y tecnológico, en el que es importante estar inmerso en las redes y hacer uso de los medios digitales para mantenerse a la par con los demás, es necesario saber usar las diferentes estrategias de comunicación en las que las empresas o instituciones lo apliquen de la mejor manera para posicionarse en el mercado.

El artículo académico para llevarse a cabo pretende ser favorablemente factible con la entidad competente, la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena, la investigación se realizará mediante un análisis cualitativo, que evidencie las estrategias de comunicación externa utilizadas en las actividades de un periodo determinado. El artículo académico finalmente cuenta con factibilidad económica, operativa y técnica lo que se concluye que el artículo académico es factible.

Entre los objetivos planteados encontramos el analizar las estrategias de comunicación externa empleada en las actividades realizadas en el mes de febrero del año 2021 de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena. Se busca identificar el contenido emitido en la red social Facebook, buscando la relación de los formatos utilizados para la publicación de dichos trabajos comunicacionales, para luego determinar nuevas estrategias a implementar a futuro para el mejor manejo de comunicación de la institución.

Dentro del marco se menciona que la base de una buena organización en una institución es mantener la comunicación eficaz interna como externa. Según Arellano & Enrique (2008):

La estrategia de comunicación es una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos. (p. 3)

Si bien es cierto las estrategias de comunicación externas son implementadas para el posicionamiento de la institución o empresa, con las personas que ven desde lo externo a la organización. De tal manera existen canales de comunicación externos de los cuales se hace uso para intentar llegar a la audiencia o público objetivo.

Dicho de otro modo, según la teoría de Shannon y Weaver (1948) el objetivo de esto es posicionar en los usuarios externos, el mensaje y para aquello es necesario transmitirlos por la fuente y los canales de comunicación adecuados, de esta forma la comunicación será eficaz.

El objetivo principal de la comunicación externa en las Instituciones es mostrar el trabajo y la calidad de los productos o servicios en su entorno externo. Es así donde se mencionan los siguientes tipos de comunicación externa; Contenido del sitio web y blogs, Conferencias y charlas en vivo, Correo electrónico y boletines, Redes sociales, los cuales se van a tomar en cuenta en esta investigación (Abolafio, 2020)

Como estrategias para las actividades efectuadas se toman en cuenta 3 etapas; pre-actividad, durante la actividad, después de la actividad. Se debe tener en cuenta a todos los detalles para que el evento o la actividad tenga éxito (CESAE, 2020).

### **Materiales y métodos**

La presente investigación se manifiesta en un enfoque cualitativo. Según lo planteado por Roberto Hernández Sampieri (2000), “El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos” (p. 42). En este estudio el fenómeno que se va a observar son las estrategias de comunicación externas que fueron empleadas en las actividades de la casa de la Cultura Núcleo Provincial de Santa Elena.

El método por utilizarse es el inductivo. Según lo que menciona Tena Suck & Torres (1995), “Es un método de disertación teórica. Parte de un estudio particular a la generalización, teniendo de esta manera una idea de todas las cosas que se refieran a lo que se estudia” (p. 27). Se utilizará este método ya que está limitado a la observación de los fenómenos y es lo que se va a hacer en este estudio.

El tipo de investigación a efectuarse en este trabajo es la básica pura, “Se denomina investigación pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque se origina en un marco teórico y permanece en él. El objetivo es incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico” (Muntané Relat, 2010, pág. 221). En este sentido, esta investigación no tiene aplicación práctica inmediata, pero en un futuro la información puede ser utilizada por la institución para corregir las falencias evidenciadas.

El diseño del presente trabajo es descriptivo no experimental, ya que se recopila información de las estrategias de comunicación externas que existen, de la misma manera se efectúa a analizar esta con las implementadas en la institución Casa de la

Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión”, para así presentar los datos analizados. Datos establecidos en analizar en el periodo del mes de febrero del año 2021, en su página web, redes sociales (Facebook), correo electrónico, y medios de comunicación externos utilizados para los comunicados de prensa, según como nos indica CESAE.

La población establecida fueron los miembros que posee la institución a la que se le realizara el estudio “La Casa de la Cultura”, Según Arias (2006) “la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de investigación” (p. 81).

En referente a la muestra, fue establecida por conveniencia. Sampieri (2014) Menciona que “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.” (p. 175). De esta manera se utilizó este tipo de muestra con el fin de tener contacto directo con un grupo reducido de personas, que sean recurrente a recibir información de las actividades culturales por los diversos portales de comunicación.

Para aquello en la investigación se utilizará la técnica de la observación directa. Roberto Hernández Sampieri (2000), indica que la Observación: “No es mera contemplación sentarse a ver el mundo y tomar notas; implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (p.399). Para el cumplimiento del trabajo se aplicará el instrumento ficha de observación no participante, la cual está adaptada a medir las variables del trabajo investigativo, elaborada con autoría propia.

Una de las variables a estudiar en este trabajo son las estrategias de comunicación externa, según Portillo Ríos (2012):

Es la comunicación dirigida de forma masiva a los públicos que no se encuentran en la organización; consiste en relacionarse al mismo tiempo con un gran número de receptores mediante la utilización de los medios masivos, limitando de alguna manera la posibilidad de interacción directa entre el emisor y receptor. (p.3)

Este proyecto de investigación se efectúa por los siguientes tres principios éticos de investigación: La confidencialidad, la privacidad, beneficencia.

## **Resultados**

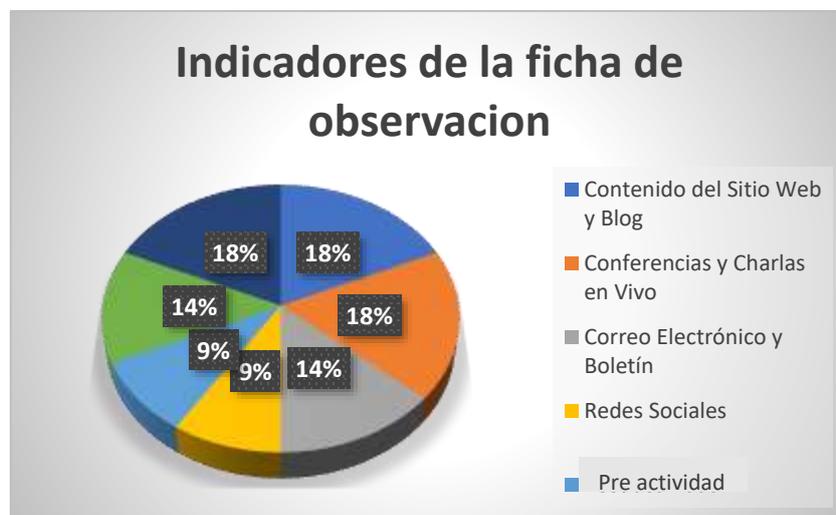
Durante la aplicación de este proceso de investigación; direccionada a conocer cuáles son las estrategias de comunicación externa que se utilizan para el fomento de las actividades culturales que realiza constantemente la Casa de la Cultura “Benjamín Carrión”, para la validación de las hipótesis establecidas al inicio del proceso, se direccionó por utilizar el método cualitativo, con el fin de tener contacto directo con un grupo reducido de personas, que sean recurrente a recibir información de las actividades culturales por los diversos portales de comunicación, de esta manera se evitó manejar grandes grupos de personas a través de encuestas, ya que es factible, por situaciones referentes al COVID 19. Es así como se planteó aplicar una ficha de observación, como instrumento de recolección de datos, cuya técnica fue la observación directa.

Los valores que se manejaron en la ficha de observación son los siguientes: Siempre (5); casi siempre (4); a veces (3); casi nunca (2); nunca (1). En dos parámetros bien enmarcados como son antes y después de las actividades propuestas, es decir las estrategias de comunicación direccionadas a la publicidad del evento y posteriormente el resumen de dichas actividades.

**Tabla 1. Observación no participante de las estrategias de comunicación externas de las actividades de la CCE “Benjamín Carrión” Núcleo Santa Elena.**

Indicadores	Valoración	%
Contenido del Sitio Web y Blog	4	18.18
Conferencias y Charlas en Vivo	4	18.18
Correo Electrónico y Boletín	3	13.64
Redes Sociales	2	9.09
Pre actividad	2	9.09
Durante la actividad	3	13.64
Después de la actividad	4	18.18
total	22	100.00

*Fuente: ficha de observación  
Elaborado por: Anthony González*



**Gráfico 1 Resumen estadístico de la ficha de observación**  
*Elaborado por: Anthony González*

### **Análisis e interpretación de resultados de la ficha de observación**

Para el análisis se tomó en cuenta los indicadores mencionados por Abolafio, que componen cada parte de la ficha de observación, los cuales están compuestos por sub temas que explican de manera detallada cada actividad a desarrollar para conseguir el objetivo propuesto, es así que en Contenido del Sitio Web y Blog se tiene un promedio de valoración de 4, lo que equivale al 18.18% estableciendo que casi siempre

se utilizan contenidos que van encaminado a establecer técnicas de marketing digital para dar a conocer los eventos relacionados a las actividades culturales.

En indicador que se refiere a: Conferencias y Charlas en Vivo también tuvo una valoración de 18.18% lo cual permite identificar que se hacen canales de comunicación externa de manera aceptable dando a conocer estas actividades casi en su totalidad, pero que aún existen parámetros en los que se puede mejorar.

En cuanto al indicador de Correo Electrónico y Boletín se obtuvo un 13.63%, está en el rango de a veces, el contenido que se envía a los miembros de la colectividad que mantiene contacto directo con las actividades de la casa de la cultura, no todo el contenido digital en los correos es concreto, y las respuestas que tiene a las inquietudes no es rápida y oportuna, lo cual en ciertas ocasiones ha causado que se pierda el interés por asistir a muchos eventos.

En la utilización de las Redes Sociales se obtiene un porcentaje de 9.09% en cuanto al uso de las redes sociales su valoración fue de 2, dando a comprender que el uso de los canales digitales no está siendo explotado de una manera eficaz, generando pérdidas de seguidores, ya que la información no está siendo actualizada a menudo y los chats interactivos tienen un periodo de tiempo bastante prolongados hasta tener una respuesta concreta. Esta ha sido la valoración porcentual en cuanto a las estrategias de comunicación externa utilizada para fomentar las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena.

De la misma manera se analizaron los resultados de las estrategias de comunicación externas aplicadas en las actividades, este apartado de la ficha de observación esta direccionado a medir el impacto del fomento de las actividades durante y después de los eventos que se promocionaron tal y como se lo destaca en la ficha de observación por CESAE. En cuanto a la variable de pre-actividad, tuvo una valoración de 2 cuyo significado es casi nunca, y su porcentaje es de 9.09% dado a que el tras cámara de los artistas o conferencistas que llegan a impartir actividades en la casa de la cultura, con poca regularidad es fomentado en las redes sociales de este organismo.

Durante la actividad a desarrollarse se identifica una valoración de 3 cuyo porcentaje es de 13.64% estableciendo que a veces se transmiten directamente las actividades que se está realizando mediante Facebook Live, lo cual remite a perder interés por los usuarios, y hace que la población que utiliza este medio de comunicación masiva no se enganche fácilmente a las actividades culturales.

Como último indicador se encuentra después de la actividad cultural que se desarrolla por parte de la casa de la cultura su valoración es de 4, el porcentaje es de 18.18% casi siempre se realiza la recopilación de las actividades y son publicadas en los diferentes portales electrónicos con los que cuenta la casa de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena.

## **Discusión**

En el desarrollo de esta investigación, se pudo identificar mediante el instrumento implementado ficha de observación, una problemática latente en la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena. Las estrategias de comunicación externa mencionadas por Abolafio (responsable de marca, comunicación y contenidos en Edenred España), no están siendo aplicadas en un gran

porcentaje por las personas que tienen a cargo las diferentes cuentas o canales de comunicación de esta institución.

De acuerdo a la evaluación de la validez de los resultados obtenidos a través de la técnica Observación e instrumentos aplicado ficha de observación, se puede determinar que los instrumentos empleados permitieron conocer la realidad de la temática planteada, de este modo, los resultados responden de forma certera al trabajo investigativo y a la triangulación donde se deja en evidencia, la relación e hilo conductor de la investigación entre: temática variables, objetivos, fundamentación teórica, resultados y discusión.

Si bien se conoce que una estrategia de comunicación es la selección de los objetivos de comunicación apropiados y la identificación de la estrategia específica de conciencia de marca y actitud de marca. Esta estrategia general tiene que estar vinculada a las raíces de la organización y debe tratarse con seriedad (Alderete, 2007).

Cabe destacar que las actividades que realiza este organismo cultural de la provincia cuentan con un alto grado de aceptación: por parte de la población adulta, pero los jóvenes que se encuentran inmerso en el mundo digital escasamente son atraídos por las estrategias utilizadas como fomento de las actividades que se desarrollan dentro de un periodo de tiempo. En relación con Yarmila Martínez (2009) una estrategia de comunicación es la vía por la que se pretende posicionar determinado concepto comunicativo (mensaje principal) entre los distintos públicos. De esta manera se evidencia la falencia del plan estratégico hacia el público en general, ya que solo esta siendo captado por un pequeño grupo de personas, perdiendo así la segmentación y aceptación de otros.

En cuanto al uso de las redes sociales y en el pre-evento, es decir antes de empezar una actividad cultural presento la puntuación más baja, evidenciando así una falencia en el modo de uso de este medio de comunicación externa, también el poco interés por la organización antes de los eventos o actividades realizadas. Con relación con lo que indica Pérez (2018) en el pre-evento está toda la definición, planificación y organización. Hay que tener en cuenta cada detalle, definir varios aspectos y prestar mucha atención a todo.

Si bien el dominio de las redes sociales es una actividad sencilla de realizar y fácil de replicar, el contenido que se presenta en estas debe ser para un público en general, y debe de llamar la atención. “Toda entidad social, con sólo existir y ser perceptible, envía a su entorno un volumen determinado de información” decían Chavez (1988) y Bernstein (1986) sobre las organizaciones y su impacto en el medio.

Dichas informaciones deben estar direccionadas para captar a ese público objetivo, el cual está excluido aún. Para aquello existen hoy en día las diferentes estrategias mencionadas en el marco teórico de esta investigación según Abolafio, las cuales al ser bien aplicadas ayudaran a subir el índice de asistente a los eventos presenciales que desarrolle la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena, además de tener a la colectividad en general en expectativa sobre nuevas actividades de diversas índoles.

## **Conclusiones**

- Al realizar el estudio a profundidad, se evidencian falencias que deben ser

minimizadas con buenas estrategias, la finalidad de mejorar las estrategias de comunicación que existen actualmente es brindar a la ciudadanía un canal de información interactivo, ingresar con los diferentes perfiles de fans page, los cuales ayudaran a conseguir los objetivos necesarios para el fomento cultural dentro de la provincia de Santa Elena.

- Los medios digitales también pueden servir para que los diferentes artistas y conferencistas brinden a la ciudadanía su vasto conocimiento, su talento y volver de cada presentación un momento agradable de recordar.
- El plan estratégico de comunicación externa debe ser manejado y conocido por todos los integrantes de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena, recalando que los portales electrónicos tiene un buen porcentaje de aceptación pero les falta un poco de innovación e interacción de manera inmediata y directa con los consumidores de este contenido, el sistema digital en la actualidad es considerado como un punto relevante dentro de las réplicas y promociones de los programas que se va a presentar.
- También se debería generar un apartado electrónico donde se tome en cuenta las inquietudes, y necesidades de la colectividad con el fin de darle al público lo que necesite y de esta manera poder incrementar la audiencia que tiene este importante organismo cultural de la provincia, que será una tarima relevante para que la producción en masa de contenido inédito peninsular sea escuchada en toda la provincia.

### **Recomendaciones**

Realizar esta investigación fue de suma importancia ya que, mediante los resultados obtenidos, el análisis de estos y la presentación de la apreciación del investigador se considera recomendar lo siguiente:

- Se recomienda tomar en cuenta esta investigación como un estudio que puede contribuir con futuras investigaciones sobre el tema de las estrategias de la comunicación externa en instituciones, contrastando así la información.
- La estructura de un plan estratégico de comunicación es fundamental para el desarrollo y fomento de las actividades de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena.
- Extender las estrategias de comunicación externas mediante la creación de contenido eficaz en su fan page.
- Realizar un plan de seguimiento para medir los resultados a corto, mediano y largo plazo sobre la aplicación de estrategias de comunicación externas.

### **Agradecimiento**

En primer lugar, quiero agradecer a mis Padres que siempre han estado ahí apoyándome en mi carrera universitaria, ellos han sido mi pilar fundamental y gracias a ellos he logrado alcanzar mi meta.

También quiero agradecer a la institución Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Provincial de Santa Elena por permitirme llevar cabo el proceso de investigación. No hubiese podido arribar a estos resultados de no haber sido por su incondicional ayuda.

Por último, quiero agradecer a todos mis compañeros, por apoyarme siempre cuando sentía que no podía más. En especial también a los grandes maestros que han contribuido en mi formación académica.

Muchas gracias a todos.

## Bibliografía

- Abolafio, M. (17 de 8 de 2020). *El blog de Edenred*. Obtenido de El blog de Edenred: <https://blog.edenred.es/comunicacion-externa-tecnicas-e-importancia/>
- Arellano, & Enrique. (2008). LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORIENTADA AL DESARROLLO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL (Artículo). *Razón y Palabra*.
- Arias. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas - República Bolivariana de Venezuela: Episteme.
- CESAE. (04 de 7 de 2020). *CESAE*. Obtenido de CESAE: <https://www.cesae.es/blog/como-organizar-un-evento-ideas-fases-y-recomendaciones-para-tener-exito>
- González Oviedo, M. E., Proaño Félix, R. M., & Resabala Olmedo, G. J. (2018). *Periodismo cultural y web 2.0: la radio online Casa de la Cultura Ecuatoriana, una experiencia de periodismo cultural en la web 2.0*. Quito.
- Graverán Ruiz, D., Sánchez Díaz, M., & Portuondo Vázquez, J. (2019). El proceso de comunicación externa del Centro Nacional de Biopreparados en las redes sociales Facebook y Twitter (Artículo). *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*.
- Hernández Sampieri, R. (2000). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES.
- Medina Astete, A. A. (2021). *Plan estratégico de comunicación externa para cineplanet*. Lima, Perú: Universidad de Lima.
- Muntané Relat, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Andaluz de Patología Digestiva*, 221.
- Ríos, P. (2012). LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN UNIVERSIDADES PRIVADAS CON ESTUDIOS A DISTANCIAS EN PREGRADO. *Razón y Palabra*, 3.
- Sampieri, H. (2000). *Metodología de la investigación* . México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Suck, A., & Torres, R. (1995). *Manual de investigación documental*. Mexico : Editorial Plaza y Valdes.