



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

ESTUDIANTE:

JENIFFER DIANA INTRIAGO MENDOZA

DOCENTE TUTOR(A):

LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.

ARTÍCULO ACADÉMICO:

**APLICABILIDAD DEL PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN
IMPLEMENTADAS EN LA MODALIDAD VIRTUAL UPSE 2021**

2022

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Quien suscribe; **Jeniffer Diana Intriago Mendoza** con C.C:**0928278720**, estudiante de la Carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Artículo Académico presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo tema es: **Aplicabilidad del Plan Integral de Comunicación implementadas en la modalidad virtual UPSE 2021**. Corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, enero del 2022

A handwritten signature in blue ink that reads "Jeniffer Intriago".

Jeniffer Diana Intriago Mendoza
C.C 0928278720



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 del 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: **JENIFFER DIANA INTRIAGO MENDOZA**, con cédula de identidad N°**0928278720**, 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: **JENIFFER DIANA INTRIAGO MENDOZA**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Artículo Académico: **Aplicabilidad del Plan Integral de Comunicación implementadas en la modalidad virtual UPSE 2021.**

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



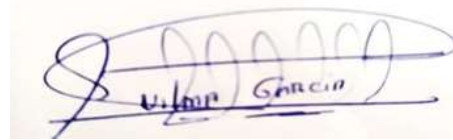
Lcdo. Benjamín Wilson León Valle, Mgtr.
**DIRECTOR CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcdo. 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, Mgt.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Jeniffer Intriago

Intriago Mendoza Jeniffer Diana
ESTUDIANTE

Aplicabilidad del Plan Integral de Comunicación implementadas en la modalidad virtual
UPSE 2021

**Applicability of The Comprehensive Communication Plan implemented in the
virtualmode UPSE 2021**

Jeniffer Diana Intriago Mendoza
<https://orcid.org/0000-0002-1513-2677>
Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador
jeniffer.intriagomendoza@upse.edu.ec

Lcda. Sandra Maldonado López
<https://orcid.org/0000-0001-8534-7318>
Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador
smaldonado@upse.edu.ec

Resumen

La comunicación estratégica corporativa es el pilar fundamental en las instituciones que quieren darse a conocer, quienes están dando ese paso han tenido que potenciar o cambiar su forma de comunicación de manera interna y externa dejando de ser organizaciones que se encuentran en la invisibilidad con la finalidad de conectarse con el público. La presente investigación se planteó con el fin de analizar la aplicabilidad del Plan Integral de Comunicación durante la modalidad virtual UPSE 2021, tiene como objetivos identificar los temas de mayor interés durante el periodo académico 2021-1, conocer la gestión de información en la fan page durante la modalidad virtual y reconocer los principales elementos que influyen en el Plan Integral de Comunicación UPSE. La metodología empleada fue cualitativa, se realizó el análisis a través de las técnicas de entrevista y observación como instrumentos de recolección de datos. Los resultados reflejan la aplicación del Plan Integral de Comunicación optimizando la comunicación en el uso de diferentes recursos comunicativos durante la modalidad virtual UPSE 2021.

Palabras Clave (aplicabilidad, plan integral de comunicación, comunicación organizacional, modalidad virtual)

Abstract

Corporate strategic communication is the fundamental pillar in the institutions that want to realize, those who are taking this step have had to strengthen or change their form of communication internally and externally, ceasing to be organizations that are invisibility with the purpose of connection with the public. The present investigation was proposed in order to analyze the applicability of the Comprehensive Communication Plan during the virtual modality UPSE 2021, its objectives are to identify the topics of greatest interest during the academic period 2021-1, to know the information management in the fan page during the virtual modality and recognize the main elements that influence the UPSE Comprehensive Communication Plan. The methodology used was qualitative, the analysis was carried out through interview and observation techniques as data collection instruments. The results reflect the application of the Comprehensive Communication Plan, optimizing communication in the use of different communication resources during the UPSE 2021 virtual modality.

Key words (applicability, comprehensive communication plan, organizational communication, virtual modality)

Introducción

El presente trabajo investiga la aplicación del plan de comunicación en la Universidad Estatal Península de Santa Elena. La gestión de información es factor predominante dentro de una institución de educación superior, según el estudio realizado por (Simancas & García, 2017) en su estudio Gestión de la comunicación en las universidades públicas españolas.

Este trabajo analiza la gestión de la comunicación institucional en las universidades públicas españolas, a partir de la realización de entrevistas a los departamentos de comunicación universitarios. El objeto de estudio está compuesto por 47 universidades públicas españolas, como estudio preliminar se realizó un análisis de contenido para examinar la visibilidad, identidad y accesibilidad de los departamentos de comunicación universitarios en las sedes webs institucionales. Los resultados muestran que la tendencia de la política comunicativa de las universidades se dirige hacia la creación de marcas universitarias diferenciadas, con el fin de alcanzar un posicionamiento que les permita ser atractivas y competitivas en el mercado (p.735).

El plan de comunicación es muy importante porque en ese documento incluye la definición de los objetivos, estrategias, estilo, mensaje y grupos de interés, a partir de las estrategias y acciones para que la universidad para alcanzar los propósitos institucionales. (Guerra, 2019) en su trabajo de investigación Aplicación de la comunicación integral en emprendimientos de la economía popular y solidaria (EPS), Ecuador nos indica que:

Se realiza un análisis minucioso de la comunicación integral y como esta contribuye para que 34 emprendimientos adscritos a la Economía Popular y Solidaria (EPS), que han sido objeto de estudio logren posicionar la marca de sus productos y/o servicios en el mercado; el desarrollo teórico se fundamentó acorde a las variables de estudio y otros parámetros técnicos claves y necesarios, haciendo énfasis en el cumplimiento de las etapas o proceso a seguir para que puedan elaborar su plan de comunicación integral. Se realizó varios estudios, a través de la técnica de entrevistas y encuestas a la población de la ciudad de Riobamba, obteniendo datos cualitativos y cuantitativos. Para el análisis situacional de los emprendimientos se aplicaron herramientas como las 5 fuerzas de Michael Porter direccionado al ámbito interno conjuntamente con la matriz PEST y para el ámbito externo el perfil competitivo. Los resultados muestran la dificultad que tienen estos negocios para posicionarse en el mercado, es más algunos de ellos desconocen técnicamente la importancia de esta herramienta para la gestión empresarial. Además, es necesario concientizar a cada una de las unidades de emprendimientos que los medios de comunicación no convencionales que engloban las redes sociales requieren efectivamente la aplicación de una comunicación integral, es decir una conjugación entre el marketing, publicidad y relaciones públicas; caso contrario los productos comunicacionales no serían eficientes y de hacerlo no tendrían ningún impacto positivo en los emprendimientos, al contrario, una afectación al costo (p.151).

Las diferentes formas de transmitir información de gran importancia han cambiado con el paso del tiempo. De esta manera las nuevas generaciones utilizan de manera habitual las redes sociales para mantener comunicados y con la información que requieren para su diario vivir. (Zambrano, 2021) nos indica lo siguiente:

En la actualidad todas las instituciones tanto públicas como privadas necesitan adaptarse a las nuevas tecnologías de información y comunicación, con el objetivo de posicionar la marca de la empresa, de acuerdo a esta premisa, el propósito de este artículo es determinar los beneficios que obtiene el GAD municipal de Salinas al utilizar la red social de Facebook del alcalde Daniel Cisneros como un medio de comunicación externo de la institución. Este trabajo se realizó bajo un enfoque cualitativo, con un alcance descriptivo y explicativo. Para la recolección de datos se realizó una entrevista a la directora del departamento de comunicación de la institución, la observación natural a la red social de Facebook que maneja la municipalidad y finalmente se utilizó un grupo de enfoque para conocer la percepción que tiene el público interno y externo acerca de la imagen de la institución y de quien la lidera. Los instrumentos y muestras para el presente estudio se han adaptado acorde al tiempo establecido para presentar el artículo académico y a las circunstancias por Covid-19. Los resultados del presente estudio pueden ser utilizados para una investigación general con toda la población del cantón. Como parte de los resultados se concluye que existe un manejo inadecuado de la gestión comunicacional en la red social de Facebook por parte de la institución, sin embargo, la municipalidad y su máxima autoridad cuentan con aceptación y agrado por parte de la ciudadanía.

La investigación plantea como objetivo general analizar la aplicabilidad del Plan Integral de Comunicación durante la modalidad virtual UPSE 2021 y como objetivos específicos identificar los temas de mayor interés durante el periodo académico 2021-1, conocer la gestión de información en la fan page durante la modalidad virtual UPSE y reconocer los principales elementos que influyen en el Plan Integral de Comunicación UPSE. Por lo que genera la siguiente hipótesis: la aplicación del plan de comunicación optimiza la comunicación en el uso de diferentes recursos comunicativos durante la modalidad virtual UPSE 2021. Donde se formula siguiente interrogante: ¿Se cumple con el plan de comunicación durante la modalidad virtual UPSE 2021?

Para las universidades, la comunicación se convierte en la mejor estrategia para la difusión de información ya sea científica o académica, y más aún en entornos virtuales donde la transmisión de información ejerce influencia por el desarrollo tecnológico como respuesta a demanda de los estudiantes universitarios. Por lo tanto, las universidades deben tener claro sus objetivos institucionales para utilizar herramientas comunicacionales que permitan mejorar la reputación institucional, fortalecer las redes académicas, alianzas estratégicas entre instituciones para fortalecer el posicionamiento de la institución de educación superior.

La comunicación integral en una institución es fundamental como indica (Estrella y Segovia, 2016) un plan de comunicación integral implica la combinación del trabajo coordinado entre cada una de las partes importantes de una organización, empresa, asociación o grupos de personas que desean mejorar sus políticas de comunicación a través de estrategias y tácticas que permitan alcanzar resultados y metas trazadas con anterioridad. Siendo el plan de comunicación una herramienta indispensable para aplicar en una institución, puesto que describe la forma de mantener una buena comunicación dentro y fuera de la organización mediante estrategias que deben seguir.

La planificación determina el rumbo hacia donde se dirige la organización para la obtención de resultados mediante un análisis al entorno y la definición de estrategias para disminuir riesgos en los objetivos planteados como nos indica (Münch, 2014). La planeación estratégica comprende una serie de elementos que se plasman en el plan estratégico, según apunta (Galindo, 2015) quien añade que la planeación estratégica se realiza en la alta dirección

y sirve como base para la elaboración de los planes tácticos y operacionales. La filosofía, visión, misión, objetivos estratégicos, estrategias, políticas, programa y presupuesto son los elementos que forman parte del plan estratégico.

La comunicación interna en las organizaciones según (Báez, 2000) cada una de las acciones de comunicación se diseñan con el objetivo de dar a conocer las actividades que realiza la organización, los productos o servicios que este ofrece en una determinada zona o espacio, en cambio (Martínez, 2019), sostiene que es el conjunto de acciones y políticas informativas o de comunicación que la organización emite para los actores y agentes exteriores de la misma con la finalidad de crear una relación duradera entre la institución y los diferentes públicos para posteriormente este lazo de amistad fortalecer y mantenerlo.

Como nos indica Martínez (2018) en relación con la comunicación interna se entiende como la transmisión seriada de mensajes verbales y no verbales que circulan de manera descendente, ascendente y horizontal, en los ámbitos formal e informal en el marco de una organización (pp.837-855).

Aunque el énfasis que las universidades han dado a la presencia en el medio 2.0 han sido en favor y privilegio de los públicos externos, utilizando estas plataformas como mecanismos de proyección a la imagen institucional, de difusión de las actividades universitarias dejando a un lado la atención de un público externo según Martínez (2018, pp.837-855). La imagen corporativa es analizada y justificada por Aguilar et al. (2018), quienes al respecto señalan que se trata del conjunto de percepciones mentales que la audiencia se ha formado debido a los múltiples contactos con la empresa (p. 73). En consecuencia, el público externo mediante las interacciones con la marca, la describe, recuerda y/o asocia.

La comunicación externa tiene como objetivo fundamental dirigirse 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 como nos indica (Portillo, 2012). Según Hütt (2012) las redes sociales han tenido una aceptación enorme, dado que han facilitado una vía extraordinaria para comunicarse de manera pública o privada, sin restricciones o censuras previas, con un costo muy bajo y con la posibilidad de tener una interacción prácticamente garantizada con todos los integrantes del entorno virtual del individuo.

Los objetivos de un plan de comunicación integral se basan generalmente en su coherencia y consistencia en el tiempo, por ello se puntualiza que debe identificar bien los puntos clave para trazar aquellos objetivos que permitirán el éxito de la comunicación. En cambio, los elementos de una comunicación son mencionados por Pastor et al. (2015) como aquellas partes que no deben faltar para que la comunicación se realice de la forma correcta y adecuada, entre ellas se puede describir como el asunto o la realidad a la que se refiere el mensaje, emisor o persona encargada de emitir y a su vez crear el mensaje de acuerdo con la situación (p.98).

Como nos indica Hütt (2012) las relaciones sociales son inherentes al ser humano, por lo que la interacción entre éste y su medio circundante le resulta esencial. Es por esto que para las personas es determinante pertenecer a círculos sociales, los cuales se han visto sustancialmente enriquecidos por los medios o espacios virtuales. Espacios de chat, grupos o círculos de acción resultan apasionantes para muchos, así como también, se constituyen en oportunidades para interactuar de una forma muy segura, dinámica y efectiva, compartiendo e intercambiando experiencias, informaciones, o bien, simplemente utilizando estas vías como formas de expresión. Transmitir información forma parte de un proceso comunicacional, bajo

este contexto Bravo (2021) nos indica que la comunicación en un entorno virtual se convierte en un elemento clave que define el buen desarrollo de las actividades.

Materiales y métodos

Esta investigación es de diseño no experimental “se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” Sampieri (2014). Se utilizó enfoque cualitativo, como nos indica (Sampieri, 2014) “la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad” (p.16). Permitiendo obtener información necesaria e importante a través de la observación de la situación para realizar un análisis e interpretación de la información obtenida con la finalidad de conocer la aplicabilidad del plan de comunicación modalidad virtual UPSE 2021 mediante conocimientos y experiencias alcanzadas durante el proceso.

Se emplea la investigación descriptiva, Esteban (2018) objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales (p. 2). Este estudio tiene un diseño documental el cual se apoyó en lo que plantea Arias (2016), “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios” (p. 27). Se utilizaron como técnicas fuentes de información vivas y documentales, con el fin de abastecer las necesidades del presente trabajo.

El contexto geográfico del estudio se desarrolla en la provincia de Santa Elena el cual tiene como ámbito poblacional la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Las técnicas utilizadas en el trabajo de investigación son: observación y entrevista.

La observación se usó para identificar los factores que se aplican según el plan de comunicación para la modalidad virtual 2021 y la página de Facebook de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Según (Sampieri, 2014) la observación 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).

La entrevista permitió generar datos e información relevante que solo se puede conocer al interactuar personalmente con la Licenciada Carmen Merchán Borbor, directora del Departamento de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena quien cumple una función muy importante dentro de dicho departamento, donde las preguntas y respuestas se obtuvieron de manera verbal permitieron aclarar dudas para posteriormente analizar dicha información para la investigación.

Como nos indica (Sampieri, 2014) la entrevista se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (p.403).

Los instrumentos utilizados son: ficha de observación y guía de preguntas para la entrevista.

En la ficha de observación se registró todos los datos donde se identificaron los factores

que se aplican según el plan de comunicación y la página de Facebook de la institución para recolección de información en la investigación.

En la guía de preguntas se planteó una guía de preguntas no estructuradas, Arias (2012) “contiene las preguntas que serán formuladas al entrevistado [...] sirve como instrumento para registrar las respuestas” (p.73), con este instrumento compuesto por preguntas previamente validadas, se pudo recolectar datos de forma cualitativa obteniendo información fundamental para esta investigación.

Resultados

Se exponen los datos recolectados de la investigación, en la primera técnica de recolección de datos aplicada fue la entrevista no estructurada. Este instrumento se realizó de manera presencial a la Licenciada Carmen Merchán Borbor, Directora del Departamento de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Tabla 1 Análisis de resultados de entrevista no estructurada

Nombre de la Institución:	Universidad Estatal Península de Santa Elena
Nombre del entrevistado:	Lic. Carmen Merchán
Cargo que ocupa en la institución:	Directora del Departamento de Comunicación
Preguntas	Respuesta
¿Cuáles son las estrategias implementadas en el plan de comunicación durante la modalidad virtual UPSE 2021?	Dentro de las estrategias que la comunidad universitaria respeta la línea gráfica como parte de la imagen institucional. Además, se realizaron encuestas donde se cuenta con el 80% de aceptación y aplicabilidad en cuanto a la línea gráfica.
¿De qué manera se ha hecho posible que la imagen de la universidad sea favorable dentro de la modalidad virtual UPSE 2021?	Destacando las acciones académicas, investigativas y vinculación con la colectividad, resaltando las actividades de los docentes y estudiantes. Además de los proyectos a nivel internacional que se cumplen.
¿Cuál es el alcance de los públicos internos y externos de la UPSE?	El Departamento de Comunicación no cuenta con un medio de comunicación propio y la universidad no tiene el presupuesto para hacer contrataciones con medios tradicionales de comunicación que dan mayor alcance a la población, por este motivo nos regimos con las redes sociales de la universidad.
¿Cuál es el canal más utilizado para transmitir información?	Mediante encuesta se ha determinado que la red social Facebook cuenta con aceptación e interacción en la comunidad universitaria
¿De quién depende la información publicada en redes sociales y con qué periodicidad se actualiza?	Para tomar una decisión macro consultamos con las autoridades para repartir las responsabilidades dentro del equipo del Departamento de Comunicación
¿Se realiza evaluaciones de seguimiento al plan de comunicación?	No se realiza evaluaciones de seguimiento al plan de comunicación

Fuente: Elaboración propia

La segunda técnica aplicada fue la observación natural como nos indica (Bernal, 2010) “es aquella en la que el observador es un mero espectador de la situación observada; por tanto, no hay intervención alguna de éste en el curso de los acontecimientos observados” (p.258). Permitiendo analizar el objeto de estudio, en este caso la página de Facebook de la Universidad Estatal Península de Santa Elena donde se mantiene activa la institución con mayor frecuencia. El uso de esta técnica parte del análisis de las publicaciones de mayo, junio, julio, agosto y septiembre del año 2021 que pertenece al periodo académico 2021-1.

Tabla 2 Plantilla para analizar las publicaciones de Facebook de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Nombre de la Fan Page	Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)
Me gusta / Seguidores	51 mil personas les gusta esta página 55 095 personas siguen esta página
Información de la página	La UPSE forma profesionales competentes, con compromiso social y ambiental. Lidera el proceso de educación superior en la provincia de Santa Elena
Contacto	(04) 278-1732
Email	rectorado@upse.edu.ec
Fecha de observación	10/05/2021 – 18/09/2021
Tema	Cantidad
Administrativo	130
Académico	93
Cultural	6
Investigación	32
Sanitaria	6
Publicaciones	Cantidad
Transmisiones en vivo	22
Textos y videos	50
Texto e imágenes	195

Fuente: Elaboración propia

La tercera técnica sirvió para contribuir en la observación general de la página de Facebook de la institución para verificar y contrastar la información obtenida previamente.

Tabla 3 Lista de cotejo

ASPECTOS POR EVALUAR	SI	NO
Se cumple con la línea grafica durante la modalidad virtual UPSE 2021	X	
Se comparte toda la información de la institución en redes sociales durante la modalidad virtual UPSE 2021	X	
Cumple con los objetivos principales en el Plan Integral de Comunicación durante la modalidad virtual UPSE 2021		X
Cuenta el Departamento de Comunicación con listas de distribución masiva de correo electrónico para difundir información durante la modalidad virtual UPSE 2021	X	
Cumple con las acciones de comunicación interna durante la modalidad virtual UPSE 2021	X	
Cumple con las acciones de comunicación externa durante la modalidad virtual UPSE 2021	X	
Cumple con las estrategias planteadas en el Plan de Comunicación 2021	X	
Cumple con el estilo de comunicación y estilo gráfico durante la modalidad virtual UPSE 2021	X	
Cumple con las filosofías establecidas en Plan de Comunicación durante la modalidad virtual UPSE 2021	X	

Fuente: Elaboración propia

Discusión

En este apartado se ha podido determinar la aplicabilidad del Plan de Comunicación a través de la implementación de entrevista realizada mediante una guía de preguntas a la directora del departamento de comunicación donde sostiene que dentro de las estrategias de la comunidad universitaria está respetar la línea gráfica como parte de la imagen institucional, destacando las acciones académicas, investigativas y vinculación con la colectividad, resaltando las actividades de los docentes y estudiantes. Además, el departamento de comunicación no cuenta con un medio de comunicación propio y la universidad no cuenta con el presupuesto para hacer contrataciones con medios tradicionales de comunicación que dan mayor alcance a la población, por este motivo nos regimos con las redes sociales de la universidad, siendo Facebook el canal más utilizado para la difusión de información ya que Facebook cuenta con aceptación e interacción en la comunidad universitaria.

En el instrumento aplicado se pudo evidenciar que existe un plan de comunicación que se enfoca en la comunicación estratégica institucional donde requiere mayores esfuerzos y constancia; trabajando desde la autogestión es decir disminuir los recursos económicos, aprovechando las especialidades y potencialidades de cada uno de los integrantes de la dirección, como también la coordinación con la carrera de Comunicación, con el convencimiento de que estas estrategias mejorarán la comunicación con la comunidad UPSE y sus grupos objetivos. Además, (Münch, 2014) corrobora que la planificación determina el rumbo hacia donde se dirige la organización para la obtención de resultados mediante un análisis al entorno y la definición de estrategias para disminuir riesgos en los objetivos planteados, concordando de igual forma con (Galindo, 2015) quien añade que la planeación estratégica se realiza en la alta dirección y sirve como base para la elaboración de los planes tácticos y operacionales. La filosofía, visión, misión, objetivos estratégicos, estrategias, políticas, programa y presupuesto son los elementos que forman parte del plan estratégico.

En el segundo instrumento aplicado se realizó la observación mediante una plantilla de análisis de la página de Facebook de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) durante el periodo académico 2021-1, dicha página cuenta de 51.411 fans y 55 095 seguidores. La información más difundida es de carácter administrativo permitiendo así que la comunidad universitaria cuente con información actualizada sobre actividades de la institución, consolidando a la red social Facebook como el canal principal para difundir información sobre la institución y transmisión de los valores de la marca universitaria, coincidiendo con Hütt (2012) las redes sociales han tenido una aceptación enorme, facilitando una vía extraordinaria para comunicarse y con la posibilidad de tener una interacción prácticamente garantizada con todos los integrantes del entorno virtual del individuo.

La tercera técnica sirvió para contribuir en la observación general de la página de Facebook de la institución para verificar y contrastar la información obtenida previamente donde se pudo determinar que la institución cumple con la mayoría de los parámetros determinados en el plan de comunicación donde es importante realizar actualizaciones, seguimiento y controles constantes como a cualquier otra actividad diseñada para mejorar la gestión organizacional. En cuanto a la demanda de información y el Plan de Comunicación se ha realizado la reestructuración de las instancias y servicios del departamento debido a la cantidad de acciones y retos comunicacionales que se plantea la institución, permitiendo personal especializado fortalecer la red de comunicación institucional concordando con Bravo (2021) nos indica que transmitir información forma parte de un proceso comunicacional y en un entorno virtual se convierte en un elemento clave que define el buen desarrollo de las actividades.

Una vez concluido los resultados y la discusión de la aplicación de tres técnicas donde se pudo

evidenciar que existe correlación entre: el tema planteado, los objetivos y la fundamentación teórica. Así queda reflejado la triangulación dando respuesta a la pregunta de la investigación del artículo académico.

Conclusiones

- Esta investigación es un aporte para la comunidad científica a través del análisis de la aplicabilidad del Plan Integral de comunicación implementadas durante la modalidad virtual UPSE 2021.
- El proyecto de investigación se encuentra disponible para toda la comunidad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena con el fin de ser base para estudios académicos posteriores.
- El objetivo prioritario del plan de comunicación es impulsar o mejorar su imagen y/o su reputación, para alcanzar una mayor visibilidad y notoriedad para lograr una posición de liderazgo en su entorno y cada vez más a nivel internacional.
- En cuanto a los hallazgos encontrados se puede evidenciar que la Universidad Estatal Península de Santa Elena debería implementar más canales de comunicación para así llegar al público en general puesto que las organizaciones deben adaptarse a diversos cambios que permitan fortalecer las relaciones y vínculos con la comunidad.
- Además, resaltar la importancia de la imagen institucional que permite expresar los objetivos y posicionamiento de la institución dentro de la provincia.

Recomendaciones

- Realizar mayor difusión en relación a temas culturales tanto como académicos e investigativos utilizando diversos canales de comunicación para llegar de forma directa al público.
- Cumplir con los objetivos planteados en el Plan Integral de Comunicación puesto que este documento permite que la comunicación sea más eficiente dentro y fuera de institución.
- Realizar una evaluación de seguimiento al Plan de Comunicación de forma permanente para identificar si los objetivos propuestos han sido alcanzados o si existe algún aspecto por fortalecer en el ámbito comunicacional en la institución.
- Verificar los resultados de la evaluación de seguimiento al Plan de Comunicación resaltando las debilidades para trabajar en ello.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la fuerza para seguir adelante, a mi madre por ser un pilar fundamental en mi vida y a mi padre que desde el cielo bendice todo lo que hago. A mis compañeros por brindarme ese apoyo incondicional durante este largo proceso.

Mis más sinceros agradecimientos a la Licenciada Carmen Merchán, Directora del Departamento de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena por el aporte significativo a esta investigación.

Referencias bibliográficas

- Arias, F. G. (2016). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta. Edición. EPISTEME.
- Báez, C. (2000). La comunicación efectiva. En C. Báez, La comunicación efectiva (pág.110). Santo Domingo: Editora BUHO.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación (3era ed.). Bogotá: Prentice Hall.
- Bravo, R. (2021). Comunicación efectiva a través de la Virtualidad en la Formación Universitaria. Scielo, 8. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S200778902021000500005&script=sci_arttext_plus&tlng=s
- Castro-Martínez, A., Morán-Urdiales, I., & Díaz-Morilla, P. (febrero de 2021). Comunicación institucional de crisis y redes sociales en la Covid-19: los casos de Yunquera y Gaucín. *ÁMBITOS* (52), 102-123. doi: <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i52.07>
- Chun, H., Leem, B. H., & Suh, H. (2021). Uso de análisis de texto para medir el efecto de los temas y los sentimientos en la participación en las redes sociales: centrarse en la página de fans de Facebook de Toyota. *Revista Internacional de Gestión Empresarial de Ingeniería*. Obtenido de <https://doi.org/10.1177/18479790211016268>
- Dionisio Escobar, E. M. (2019). Comunicación y Sociedad II. Madrid: Paraninfo,SA.
- Esteban Nieto, N. T. (2018). TIPOS DE INVESTIGACIÓN. CORE.
- Estrella, A., & Segovia, C. (2016). Comunicación integrada de marketing. España: ESIC Editorial.
- Fernández, M., Chamizo, R., & Sánchez, R. (2021). Universidad y pandemia: la comunicación en la educación a distancia. *Ámbitos*. doi: <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i52.10>
- Galindo, L. M. (2015). Planeación Estratégica. Trillas: México. doi:9786071714992 6071714990
- Gómez, O. (2014). 7 Estrategias claves para atraer clientes con Facebook.
- Guerra, C. (2019). Aplicación de la comunicación integral en emprendimientos de la economía popular y solidaria (EPS), Ecuador. Digital Publisher. doi: <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.5-1.149>
- Herranz, J., Tapia, A., & Vicente, A. (2009). La comunicación interna en la universidad. Investigar para conocer a nuestros públicos. *Revista Latina de Comunicación Social* (64), 262 – 274.
- Hütt Herrera, Harold (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. *Reflexiones*, 91(2),121-128. [fecha de Consulta 29 de enero de 2022]. ISSN: 1021-1209. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>
- Izquierdo, Violeta; Álvarez, Paloma; Nuño, Ada. (2017). Comunicación y divulgación de contenidos artísticos a través de las Redes Sociales: Facebook y Twitter. Ediciones Complutense, 3 párrafos.
- La Rocca, G. (2020). La fuerza de un signo. Perspectivas teóricas para el análisis de los hashtags #. *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, (27), 46-61. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i27.559>
- Martínez-Arellano, N. A. (2018). Gestión de la comunicación interna en la Universidad Pública. El caso de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la UABC. *Diagnóstico y plan de intervención. Razón Y Palabra*, 22(1_100), 837–855. Recuperado a partir de <https://archivos.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1138>
- Martínez, J. M. (29 de marzo de 2019). Blog sobre Retención y Desarrollo del Capital Humano. Obtenido de Blog sobre Retención y Desarrollo del Capital Humano: <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresaconecta-mundo/>
- Münch, L. (2014). Administración gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos Segunda edición. México: Pearson Educación.
- Pastor, A., Escobar, D., Mayoral, E., & Ruiz, F.(2019). Comunicación y Sociedad II. En A. Pastor, D. Escobar, E. Mayoral, & F. Ruiz, Comunicación y Sociedad II (pág.98). Madrid: Paraninfo, SA.
- Portillo Ríos, R. G. (2012). LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN UNIVERSIDADES PRIVADAS CON ESTUDIOS A DISTANCIA EN PREGRADO. *Razón y Palabra*.
- Rivera, A., Rojas, L., Ramírez, F., & Álvarez de Fernández, T. (2005). LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL. *Negotium*, 32-48.
- Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación, 6ª edición.
- Simancas-González, E., & García-López, M. (2017). “Gestión de la comunicación en las universidades públicas. El profesional de la información, 735-744. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.17>
- Zambrano P,(2021). Uso de la red social Facebook como soporte comunicacional externodel GAD municipal de Salinas. La Libertad. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud.1p.