



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

DE: LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA

REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN

DE LA PARROQUIA CHANDUY, AÑO 2022.

AUTORA

MELANIE NARCISA MACIAS VERGARA

TUTOR

LCDO. GONZALO JAVIER VERA VERA, MGTR.

DOCENTE ESPECIALISTA

LCDO. ÁNGEL ALBERTO MATAMOROS DAVALOS, MGTR.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

SUB- LÍNEA

COMUNICACIÓN COMUNITARIA

LA LIBERTAD, ECUADOR

TEMA

REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DE LA PARROQUIA CHANDUY, AÑO 2022.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, le agradezco a Dios por nunca dejarme desmayar, y en segundo lugar todas las personas que me apoyaron e hicieron posible que este trabajo se elaborara de manera satisfactoria, en especial, a mis tutores por la paciencia y la guía brindada a lo largo de este proceso.

A toda mi familia y amigos por acompañarme y motivarme en el transcurso de la elaboración de este proyecto de investigación, esto es por ustedes.

GRACIAS.

-Melanie Macias

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a las siguientes personas.

A mis tesoros eternos, mis hijos Jaden y Ainara, jamás podría haber llegado a donde estoy. Gracias por alentarme a ser mejor para ustedes, por ser mi guía constante en cada paso que doy, las amo con mi vida.

A mi padre, Leonel Macias por acompañarme y brindarme fortaleza en todo momento, espero llenarlo de orgullo.

A mi madre, Nancy Vergara, eres mi ejemplo, mi impulso para superarme.

A mis tías, tíos y primos, gracias por creer y tener fe en mí.

A mis amigos, por las risas y el apoyo en toda esta etapa universitaria, siempre los llevaré en mi corazón.

Y último, pero el más fundamental de todo, mi pareja, Yorman Olvera, por estar conmigo animándome, apoyándome en todo momento, te debo demasiado, sin tu apoyo incondicional no hubiese llegado lejos.

Gracias, de verdad, gracias, por tanto.

-Melanie Macias

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR



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

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

La Libertad, 01 de agosto de 2022

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

Directora de la Carrera de Comunicación

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el señor: **Melanie Narcisa Macias Vergara** con cédula de identidad N° **0957264070** ha cumplido con los requisitos estipulados en el REGLAMENTO DE TITULACIÓN DE GRADO Y POSTGRADO DE LA UPSE (UIC).

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor: El docente tutor realizará unacompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que la señora: **Melanie Narcisa Macias Vergara**, ha cumplido el trabajo de titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **Redes sociales como estrategias de comunicación de la parroquia Chanduy, año 2022.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación. Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr.

Docente tutor

Trabajo de Integración Curricular II

CI: 0928816107

Correo Institucional: gonzaloveravera@upse.edu.ec

Cel: 099 102 2182

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



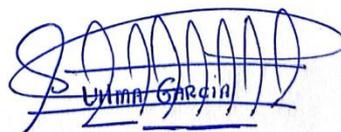
Dra. Lilian Susana Molina Benavides,
PhD. **DIRECTORA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



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



Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



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

Melanie Macias

Macias Vergara Melanie Narcisa
ESTUDIANTE

DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe; **Melanie Narcisa Macias Vergara**, con C.C; **0957264070**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIAS DE DIFUSION DE INFORMACION DE LA PARROQUIA CHANDUY, AÑO 2022**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, XX de 2022.

Atentamente,

Melanie Macias

Melanie Narcisa Macias Vergara
C.C: 0957264070

INDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA.....	II
CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR.....	III
DERECHOS DE AUTORÍA.....	IV
RESUMEN	XI
ABSTRAC	XII
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPITULO I: FORMULACION GENERAL DEL PROYECTO.....	3
1.1. Descripción del problema	3
1.2. Formulación del problema	3
1.3. Preguntas de investigación	3
1.4. Justificación	4
1.5. Objetivo General	4
1.6. Objetivos Específicos.....	4
1.7. Hipótesis	5
1.8. Definición de Variables.....	5
1.8.1. Variable Independiente: Redes Sociales	5
1.8.2. Variable Dependiente: Estrategia de Difusión	5
1.9. Variables (Operacionalización).....	5
2. CAPITULO II. MARCO TEORICO	6
2.1. Antecedentes	6
2.2.1. Redes sociales	8
2.2.2. Red Social	9
2.2.3. Internet	10
2.2.4. Plataformas digitales	11

2.2.5.	Fan Page.....	12
2.2.6.	Estrategias de difusión.....	13
2.2.7.	Estrategias	14
2.2.8.	Estrategia de difusión	15
2.2.9.	Medios de difusión de estrategias	16
2.2.10.	Campaña de difusión	17
2.3.	Marco legal.....	18
3.	CAPITULO III. METODOLOGIA	2
3.1.	Tipo de investigación.....	2
3.2.	Enfoque de la investigación	2
3.3.	Diseño de la investigación	2
3.4.	Métodos de investigación	3
3.5.	Universo, Población y Muestra	3
4.	CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	1
4.1.	Procesamiento de la información.....	1
4.2.	Análisis e interpretación de resultados	2
4.2.1.	Análisis cuantitativo: Encuesta.....	9
4.3.	Discusión de resultados.....	9
5.	Conclusiones	11
6.	Recomendaciones	1
7.	Bibliografía	2
8.	Anexos	1

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.– La fan page del GAD parroquial de Chanduy, permiten el manejo adecuado de las estrategias de difusión.	2
Tabla 2.–De qué manera calificaría usted la usabilidad de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.	3
Tabla 3.–La comunidad se beneficia con el contenido difundido a través de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.....	1
Tabla 4.–La fan page como herramienta de comunicación contribuye al mejoramiento de la comunicación interna y externa.	2
Tabla 5.–La fan page mantiene credibilidad a través de los contenidos que difunde.	3
Tabla 6.– Las estrategias de difusión destacan ventajas concretas, eliminan temores y amplían conocimientos sobre un problema concreto detectado en la parroquia Chanduy.....	4
Tabla 7.–Las estrategias de difusión permiten dar a conocer: los productos o servicios y los principales beneficios, que brinda el GAD de la parroquia Chanduy.	5
Tabla 8.– Las estrategias de difusión utilizadas superan o son similares a las de otras GAD parroquiales.....	6
Tabla 9.–Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, cuentan con la suficiente información para sostener los argumentos expuestos.....	7
Tabla 10.–Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, son realizados por expertos en manejo de hipertextos y multimedia	8

INDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES

Gráfico 1.-La fan page del GAD parroquial de Chanduy, permiten el manejo adecuado de las estrategias de difusión.	2
Gráfico 2.-De qué manera calificaría usted la usabilidad de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.	4
Gráfico 3.-La comunidad se beneficia con el contenido difundido a través de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.....	1
Gráfico 4.-La fan page como herramienta de comunicación contribuye al mejoramiento de la comunicación interna y externa.	2
Gráfico 5.- La fan page mantiene credibilidad a través de los contenidos que difunde.	3
Gráfico 6.- Las estrategias de difusión destacan ventajas concretas, eliminan temores y amplían conocimientos sobre un problema concreto detectado en la parroquia Chanduy.....	4
Gráfico 7.-Las estrategias de difusión permiten dar a conocer: los productos o servicios y los principales beneficios, que brinda el GAD de la parroquia Chanduy.	5
Gráfico 8.-Las estrategias de difusión utilizadas superan o son similares a las de otras GAD parroquiales.....	6
Gráfico 9.-Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, cuentan con la suficiente información para sostener los argumentos expuestos.....	7
Gráfico 10.-Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, son realizados por expertos en manejo de hipertextos y multimedia	8

RESUMEN

El presente proyecto de investigación referente a las redes sociales y estrategias de difusión de información en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena, enfocó su objetivo general en describir el uso de las redes sociales para la generación de estrategias de difusión de información, mediante la fan page para obtener una adecuada difusión de información hacia sus habitantes, acompañado de los objetivos específicos como, diagnosticar el uso de las redes sociales, identificar las estrategias de difusión y difundir el uso correcto de los contenidos en el Fan Page del GAD parroquial. Además de la hipótesis planteada; la actualización y el adecuado uso de redes sociales para un mejor avance de estrategias de difusión de información de la parroquia Chanduy, para una apropiada diversión de información. La investigación que se dio fue básica, con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, y método deductivo. Los instrumentos de recolección de datos que se utilizaron fue las encuestas; que se les realizaron a 104 habitantes de la parroquia Chanduy. Se concluyó que, en efecto, que el GAD parroquia presenta un desconocimiento de manejo a la plataforma, corroborando así, las teorías que afirman que las redes sociales han mejorado su forma de informar.

Palabras claves: redes sociales, estrategias de difusión, generación de estrategias, avance de estrategias.

ABSTRAC

The present research project regarding social networks and information dissemination strategies in the Chanduy parish, Santa Elena province, focused its general objective on describing the use of social networks for the generation of information dissemination strategies, through the fan page to obtain an adequate dissemination of information to its inhabitants, accompanied by specific objectives such as diagnosing the use of social networks, identifying dissemination strategies and disseminating the correct use of the contents on the Fan Page of the parish GAD. In addition to the hypothesis raised; the updating and proper use of social networks for a better advancement of information dissemination strategies of the Chanduy parish, for an appropriate dissemination of information. The research that was given was basic, with a quantitative approach, non-experimental design, and deductive method. The data collection instruments that were used were the surveys; that were carried out on 104 inhabitants of the Chanduy parish. It was concluded that, in effect, that the parish GAD presents a lack of management knowledge of the platform, thus corroborating the theories that affirm that social networks have improved their way of informing.

Keywords: social networks, dissemination strategies, generation of strategies, advancement of strategies.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación conlleva principalmente a la realización de análisis en el uso de las redes sociales y estrategias de difusión de información, que aborda desde el nivel internacional, nacional y local. Hoy en día el internet se ha convertido en parte esencial en la vida del ser humano, llegando a transformar la manera de comunicarse y relacionarse con otras personas.

Las redes sociales, es un producto de la web 3.0, ha logrado consolidarse como uno de los servicios más utilizados desde su aparición y origen hace más de una década. Su rápida manifestación y uso han permitido que las personas de todo el mundo logren estar en contacto con sus familiares e incluso conocer más personas.

No cabe duda de que las plataformas digitales han facilitado la manera de comunicación y expansión de información sobre todo el mundo, con fines de poder llegar a obtener en cuenta todos los factores esenciales a la hora de crear una red social y poder poner a disposición la información.

Esta investigación, está centrada en el estudio y análisis de la red social desde el ámbito organizacional tomado en consideración al estudio que se realizó en la Fan Page del GAD parroquial Chanduy, dado la problemática comprobada en cuanto a la falta de conocimiento del uso de redes sociales como herramientas necesarias para un correcto uso de estrategias de difusión de información.

Es por ello que dicha investigación, fue realizada con el fin de conocer a profundidad la problemática que tiene la parroquia, la siguiente investigación consta de cuatro capítulos, las mismas que se detallan a continuación:

En el capítulo I, se plantea y se describe la forma general de la problemática de estudio. La misma que se enfoca en las situaciones que se presenta en la actualidad en el GAD parroquial Chanduy, a partir de la definición de las redes sociales y estrategias de difusión de información, así se explicó en la formulación del problema ¿De qué manera las redes

sociales inciden al uso de las estrategias de difusión de información en la parroquia Chanduy, año 2022?

En el capítulo II, se desarrolla el marco teórico en base a una exhaustiva e incansable investigación bibliográfica en la web profunda y búsqueda avanzada. Las investigaciones o bases teóricas de estudios realizados en años anteriores sirvieron como antecedentes para conocer el direccionamiento correcto de la investigación. Entre las diferentes fuentes que se utilizó para contrastar la información fueron la base de datos, para conocer en este caso, las cifras totales de uso y posicionamiento de las redes sociales en los últimos dos años. De allí, la definición y terminología de cada una de las variables con sus respectivas dimensiones.

En el capítulo III, se describe la metodología empleada, tomando como base el tipo de investigación básica con un enfoque cuantitativo. La investigación también se bajó el método no experimental de manera inductiva como deductiva, se realizó el instrumento para una recolección de datos, fueron las encuestas, para la aplicación de esta se aplicó una formula como población infinita, arrojando un total de 323 habitantes, tomando en cuenta, se consideró aplicar el muestreo por conveniencia de 104 habitantes para encuestar.

En el capítulo IV: se desarrolló el análisis de los resultados y la discusión. La encuesta, de 10 preguntas cerradas, con varias opciones de respuestas, se realizó a través de un formulario de Google, el mismo que fue enviado a través de WhatsApp, a los habitantes de la parroquia, la obtención de los datos se reflejó en la misma plataforma de Google Form, con gráfico de pasteles y gráfico de barras. En esta misma sección se elaboraron las conclusiones, las recomendaciones, la proyección bibliográfica y la colocación de los respectivos anexos (evidencias) de todo el trabajo realizado.

1. CAPITULO I: FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.

1.1. Descripción del problema

Las redes sociales de internet presentan problemas sociales, en la parroquia Chanduy de la provincia de Santa Elena, entre los cuales podemos mencionar: la inadecuada relación que existe, entre las personas y el uso de los dispositivos tecnológicos con contenidos multimedial e hipertextual.

Los representantes de la parroquia Chanduy, no manejan estrategias de difusión de información en redes, primero, por el escaso conocimiento de uso de las herramientas tecnológicas; así como, la carencia de contenidos para difundirlos, teniendo como referente que quienes cumplen la función de informar, no son profesionales en el área de comunicación.

1.2. Formulación del problema

Bajo este contexto el investigador plantea la siguiente formulación del problema:

¿De qué manera las redes sociales inciden al uso de las estrategias de difusión de información en la parroquia Chanduy, año 2022?

1.3. Preguntas de investigación

Contrastar información a través de las diferentes herramientas digitales y su adaptación a la nueva era digital para perfeccionar una mejor difusión de información y que sea entendible para los habitantes de la parroquia Chanduy.

- ¿Cuál es el uso que le dan a las redes sociales en el fan page del GAD parroquial Chanduy?
- ¿Cuáles son las estrategias de difusión para incorporarlas en el fan page del GAD parroquial Chanduy?
- ¿De qué manera se deben desarrollar los contenidos en la fan page del GAD parroquial Chanduy?

1.4. Justificación

La importancia del presente proyecto de investigación es contribuir al correcto uso de la fan page del Gad Parroquial Chanduy, con el propósito de difundir los contenidos a través de este canal de comunicación con el fin que los miembros de las 13 comunas puedan interactuar y estar informados.

El surgimiento de las redes sociales han sido clave en cuanto a la evolución de los medios de difusión. A través de estas herramientas se ha logrado la interacción de individuos, cuyo almacén es impresionante.

Dichas herramientas también se han convertido en medios necesarios para que las organizaciones logren una difusión de información más precisa de sus mensajes, pese a ello, algunas organizaciones no cuentan o no están al tanto de su uso.

Esta investigación analiza la importancia de la implementación de redes sociales como recurso estratégico para una difusión eficaz entre una organización y su público objetivo, esto con la finalidad de determinar un impacto y establecer posibles alternativas a la problemática planteada.

1.5. Objetivo General

- Describir el uso de las redes sociales para la generación de estrategias de difusión de información, mediante la fan page de la parroquia Chanduy.

1.6. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el uso de las redes sociales en el fan page del GAD parroquial Chanduy.
- Identificar las estrategias de difusión para incorporarlas en el fan page del GAD parroquial Chanduy.
- Difundir el uso correcto de los contenidos en el fan page del GAD parroquial Chanduy.

1.7. Hipótesis

La actualización y el adecuado uso de redes sociales para un mejor avance de estrategias de difusión de información de la parroquia Chanduy, perteneciente a la provincia de Santa Elena, para una apropiada diversión de información.

1.8. Definición de Variables

1.8.1. Variable Independiente: Redes Sociales

Pérez, Ortiz y Flores (2015) en su investigación denominada, Redes Sociales en Educación y propuestas metodológicas para su estudio, respecto a las redes sociales mencionan lo siguiente:

Para garantizar el éxito de una red social, se deben considerar los intereses y necesidades de sus miembros, lo que cada uno de ellos aportan para mantenerla activa, comprender la construcción de significados que le dan sentido, valor de pertenencia y continuidad a los propósitos para la cual fue creada. El cumplimiento de los objetivos de la red social dependerá de la comunicación e interacción que se dé entre sus miembros. (Pérez, 2015, pág. 204)

1.8.2. Variable Dependiente: Estrategia de Difusión

Mendoza, Moran, Mendoza y Zavala (2020) en su trabajo Estrategia de Difusión en declaratoria de estado de excepción en el Ecuador 2019-2020, menciona lo siguiente respecto a las estrategias de difusión:

“Las estrategias de difusión, son estratégicas para mantener informada a la población (...) propician la venta de determinados productos usando para ellas las técnicas de neuromarketing, redes, otros. (Mendoza, 2020)

1.9. Variables (Operacionalización)

En este apartado dicha matriz consta como anexo I.

2. CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

El actual trabajo de investigación conlleva principalmente la realización de un análisis de uso de redes sociales como estrategias de difusión de información, aborda desde el nivel internacional, nacional y local.

Hoy en día el internet se ha convertido en parte esencial del ser humano, llegando a transformar la manera de comunicarnos y poder relacionarnos con otras personas, como surgieron con las denominadas redes sociales. (Herrera, 2011) “Las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuáles, tanto individuo como empresa, han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos específicos”. (p.128)

De la misma forma (Cabrero, 2007) citado por (Quimi, 2019), respecto a las redes sociales mencionan lo siguiente:

Las redes sociales son plataformas que posibilitan a los usuarios ser creadores directos de diversidad de contenidos, además permiten la difusión de información de contenidos en diversos formatos que tienen las plataformas y esto genera los usuarios, los medios sociales son Facebook, Twitter, Instagram... (p,25)

La efectividad de redes sociales y el buen uso que se le den a la mismas como estrategias de difusión determinaran el posicionamiento de una institución. (Tuten & Salomón, 2014) en el texto Social Media Marketing, citado por (Quimi , 2019), plantean:

Los planes estratégicos son el requisito previo para identificar los objetivos a lograr, decidir cómo lograr esos objetivos con estrategias y tácticas específicas, implementar las acciones que hacen que el plan cobre vida y medir que tan bien el plan cumple con los objetivos. (p,20)

A partir de aquello, el uso que se le darán a estos medios digitales corresponde a nuevos modelos para que las organizaciones puedan utilizarlos como medio de información de las actividades que realizaran dentro de ella. Respecto a esto, (Pérez, M, 2012), en su investigación titulada Redes Sociales, mecanismos generados de reputación organizacional para las (PyMEs), menciona que:

En la actualidad no se habla de gestión de la reputación organizacional dejando de lado el uso de nuevas difusiones de información. Se dice que una organización, por el simple hecho de existir tiene el deber de difundir, informar, comunicar. Pero la existencia de la organización sin la posibilidad de interacción digital limita asazmente la capacidad de difundir un mensaje a los diferentes públicos. [...] las redes sociales es un instrumento de comunicación global que, de acuerdo con estudios previos, pueden convertirse en un beneficio para la organización siempre y cuando se utilice con base a una estrategia. (p,145)

La presente investigación abarca temas importantes referentes al uso de las redes sociales como estrategias de difusión de información en una entidad. En este punto, se analizarán los medios digitales que las entidades puedan utilizar para lograr una eficaz difusión de información.

Además, se suma lo expuesto por (Santamaría, Paucar y Borja , 2020), quienes aportan lo siguiente:

Es preciso impulsar la participación efectiva de la sociedad en el desarrollo de políticas públicas y conocer sus opiniones de aquellas que ya están en marcha, para ello, los medios digitales son definitivamente una opinión que, a pesar de sus obvias desventajas, garantiza amplia cobertura, interacción directa, bajos costos y una amplia gama de posibilidades creativas y de innovación.

Las consideraciones de estos autores hacen hincapié al responsable uso de los medios digitales como una herramienta para impulsar la participación e interacción de las personas que están dentro de una comunidad. A pesar de sus desventajas, constituyen un importante medio de información con una amplia cobertura y accesibilidad.

La situación conflicto se evidencia en la falta de los usos de las redes sociales de la parroquia Chanduy, cuyos miembros carecen de conocimientos sobre la utilización de estas herramientas digitales, por lo que su única página de red social Facebook aparece sin actualizaciones se podría decir que la entidad no cumple con su rol de informar a la comunidad.

La delimitación del problema se ubica en la parroquia Chanduy, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, lo mismo que será abordado en los próximos días del presente y posterior años.

A partir de este contexto, se presenta la formulación del problema.

¿De qué manera afecta a la entidad la falta de uso de herramientas digitales:

¿Redes sociales y estrategias de difusión de información en la parroquia Chanduy?

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Redes sociales

Las redes sociales centran su atención en fomentar las relaciones entre individuos y compartir información en tiempo real. (Boyd & Ellison, 2007), menciona: Una red social se define como un servicio que permite a las personas construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado (...) ver y recorrer su lista de conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema (p,211). Poco a poco estos medios digitales fueron implementando más funcionalidades, catalogándose como uno de los más influyentes e importante en la actualidad.

Las redes sociales como medios de comunicación establecen conexiones con otros usuarios permitiendo el intercambio de información de una forma más fácil, son sitios organizados en torno al perfil de la persona, la mayoría de dichas redes sociales se caracterizan por permitir a los usuarios desarrollar en un mismo espacio las acciones principales que se realizan con frecuencia mediante diferentes herramientas de publicación, pero además permiten compartir documentos, comunicarse de manera sincrónica y asincrónica, compartir enlaces, videos, fotos, archivos de audios, crear grupo para facilitar la comunicación entre un colectivo determinado, e incluso evaluar y comentar recursos existentes en la red o publicados por otros usuarios. (Castañeda, González, & Serrano, 2011, pág. 5)

El surgimiento de las redes sociales ha significado un gran cambio y evolución de la web en los últimos años, constituyéndose como un modelo digital de participación.

Dada la oportunidad que tienen actualmente las redes sociales, sus usos han ido variando, pasando de ser el simple uso de medios de ocio a convertirse en herramientas necesarias en una empresa o una organización. Por ello es importante hacer un uso adecuado de la mismas, debido a que van ganado protagonismo, generando mayor atención en los usuarios.

Es importante adaptarlas a la organización puesto a que es la imagen y el prestigio lo que principalmente se quiere proyectar. (Aristizabal, Patiño, & Romero , 2018) resaltan:

El uso de redes sociales fundamentado en estrategias planeadas y controladas puede constituir un elemento que genere ventajas competitivas y mayores niveles de eficiencia en las organizaciones. Algunos de sus beneficios de las empresas al implementar las redes sociales son el obtener y compartir rápidamente información sobre productos y servicios en tiempo real, construir relaciones con clientes, acercamiento con clientes y demás personas a la información empresarial, promoción de la retroalimentación e interacción, implemento de discusión y el debate de las ideas. (p.54)

El uso adecuado de las redes sociales propone un modelo actual que permite mejorar la proyección de la organización logrando ver al instante óptimos y eficientes resultados.

2.2.2. Red Social

Definición

La red social tiene un papel muy importante en la nueva era que estamos viviendo, ya que es muy fundamental para mantenerse conectados, informados, acerca de los acontecimientos que se viven.

(Gallego, 2010:176), Define red social como conjunto e individuos que se encuentran relacionados entre sí, las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad.

Los espacios que maneja la red social, es muy ventajosa ya que da la facilidad a las personas de poder informar de manera internacional lo que sucede y acontece en diversos lugares.

Característica

A través de que pasa el tiempo la red social se van quedando y dando una mejor apariencia, ya que ayuda a facilitando información de cualquier tipo de investigación deseada, también podemos publicar documentos, libros, artículos entre otros.

(Orsini, 2013), fueron las de mayor crecimiento en 2013, pese a opiniones formuladas en años anteriores sobre que estos tipos de redes eran sólo una tendencia que no lograría mantenerse. (p.155)

De acuerdo con lo ya mencionado anteriormente la red social llevo para quedarse, y darles a las personas una mayor facilidad de comunicación y poder dar una mejor difusión de información.

2.2.3. Internet

Definición

Internet se podría concretar que es una red social de ordenadores cuyo propósito es permitir el intercambio de libre información accesible para todo tipo de usuarios.

(Castells, 2001, y Castells et al., 2007; Rainie and Wellman, 2012; y Center for the Digital Future, Estudio Mundial de Internet, diferentes años), mencionan que cuanto más usan internet los individuos, más aumentan su sociabilidad dentro y fuera de la red, su responsabilidad cívica y la intensidad de sus relaciones con familiares y amigos. Y esto se ha observado en todas las culturas, con la excepción de un par de estudios tempranos sobre internet realizados en la década de 1990 y que luego sus autores enmendaron. (p,10)

Características

El internet es una parte fundamental haciendo posible las conectividades constantes de los usuarios que utilizan redes sociales, plataformas digitales, informaciones importantes, investigaciones entre otras.

Según Krol citado por (Velèz, 2003), menciona que el proyecto de internet de ARPA produjo muchas innovaciones al hacer el trabajo de red más general y eficiente, aunque el software constaba de muchos programas que interactuaban de manera compleja, los investigadores querían que el software formara un sistema integrado.

Se toma en consideración lo investigado, para poner en práctica lo que plante el autor, y darle a conocer a los habitantes los beneficios que genera el internet por todo el mundo.

2.2.4. Plataformas digitales

Definición

Las plataformas digitales es un mundo que ayuda de diversas maneras dependiendo lo que está solicitando, a partir de la pandemia las personas tienen más conocimientos y manejo sobre ellas.

Según (Casanova, et al., 2009), las plataformas digitales son medios virtuales de enseñanza-aprendizaje que involucran aplicaciones informáticas que se caracterizan por poseer propiedades que desarrollan los aspectos didácticos y se implementan a partir de distinta herramientas tecnológicas que ayudan en la rapidez del proceso, herramientas tales como los chat, correos electrónicos, asíncronas, trabajos en la nube, la web 2, y algunas otras que son de interés y que conllevan a hacer más práctica y fácil la educación en entornos virtuales. (p.3)

Características

(Susana Pardo , 2009), define las plataformas digitales como "una propuesta flexible, individualizada e interactiva, con el uso y combinación de diversos materiales, formatos y soportes de fácil e inmediata actualización"

En base a lo investigado, esto hace que las plataformas digitales tengan la atención de las personas que indagan en el mundo del internet, sirven para dar a conocer información, hacer comentario de lo que acontece.

2.2.5. Fan Page

Definición

Las necesidades de estar conectados con familiares eh incluso hacer amigos, hace que las personas manejen redes sociales como Facebook, de aquí parte la fan page.

(Galvao , 2019) indica que, una Fan Page es una página creada especialmente para las marcas, empresas, blogs, entre otros. Diferente a una cuenta común personal, es un espacio que reúne fanes/ seguidores en lugar de amigos, y lograr crear una comunidad fiel a la empresa, fortalecer su presencia y la impresión que los demás tienen de ella (p.1)

La fan page es una red social, creada para emprender, socializar, difundir información, transmitir mensajes importantes de los acontecimientos que sucedan ya sea en ciudades, provincias, cantones e incluso en comunidades.

Características

Es importante corroborar si el uso del fan page, está siendo utilizada correctamente para el uso pertinente que fue creada.

(Molina, 2013) afirma que fan page es importante para el usuario, por qué la utilidad es evitar que el usuario abandone la página al no encontrar ni ser útil lo que se le muestra, para esto se debe tener claro que se ofrece y para quien va

dirigido, es aconsejable poder aplicar una calendarización de que, como, cuanto y cuando subir contenido para un aprovechamiento máximo de los usuarios. (p,87)

Como parte de las labores de difusión de información se hace mediante un fan page para que puedan tener una mejora entendible de difundir mensajes para la parroquia Chanduy, perteneciente a la provincia de Santa Elena, por medio del GAD parroquial.

2.2.6. Estrategias de difusión

La etapa de estrategias de difusión dentro de la organización es considerada como una de las más importante. (Madroñero & Capriotti , 2018) menciona:

La estrategia de difusión como la definición de la línea global de comunicación: desde esta perspectiva se presenta a la estrategia como la etapa en la que se establecen las líneas básicas de acción y/o políticas generales que van a guiar todas las decisiones en materia de comunicación y relaciones públicas (p.177). Los lineamientos y las políticas de difusión de información también son consideradas como estrategias.

Las estrategias de difusión ayudan a mejorar significativamente la imagen de una entidad u organización, además de proporcionar una difusión efectiva.

La estrategia de difusión debe estar acorde a las audiencias, es necesario, prestar atención al entorno, analizar la forma de difundir información para los usuarios que manejan los medios, para poder generar una conexión, esto implica conocer cuándo y dónde leen, cuando se conectan, escuchan radio o ven televisión, las respuestas a estas preguntas deben alimentar la estrategia comunicacional que debe ser atractiva y diferente para impactar. (San Lucas, Tolozano, & León, 2020, pág. 350)

Para que la organización pueda alcanzar los objetivos planteados es necesario que la misma se encuentre activo con el público.

2.2.7. Estrategias

Definición

Las estrategias son importantes ya que gracias a ellas las personas, empresas, pueden dar un mejor resultado ya sea para alguna entidad pública o privada.

(F. David), en su libro Gerencia Estratégica, plantea, una empresa o entidad debe tratar de llevar a cabo estrategias que obtengan beneficios de sus fortalezas internas, aprovechar las oportunidades externas, mitigar las debilidades internas y evitar o aminorar el impacto de las amenazas externas. En este proceso radica la esencia de la dirección estratégica.

En base a los objetos planteado se analiza una estrategia para obtener una mejora de información mediante un fan page dirigido por el GAD parroquial Chanduy, para una mejor difusión de información.

Características

(Ceballos, Mejía Castellanos , & Arango Medina , 2019), deducen que es importante que se implante herramientas que puedan servir para ayuda a los usuarios que se les imposibilite trasladarse a la empresa a realizar alguna consulta y esta a su vez deben estimular la lealtad del usuario, por ello es necesario evaluar el uso, importancia y efectividad , para el alcance de los objetivos, donde la usabilidad de las herramientas virtuales permita que se cumpla con los requerimientos de los usuarios que en su mayoría son individuos con necesidades de servicios diferentes (p.64-77).

Puesto a lo planteado se hizo un análisis profundo para ver las problemáticas que maneja el Gad parroquial con la fan pague que maneja la parroquia Chanduy, perteneciente a la provincia de Santa Elena.

2.2.8. Estrategia de difusión

Definición

Esto se basa a partir de una planificación de distribución de difusión de información hacia los habitantes que conforman la parroquia Chanduy, para poder esparcir una información adecuada.

(Párraga, 2019), afirma. “la difusión de información se refiere a los procesos de transmisión de información a través de las aplicaciones del operador para otros, esto faculta que exista en buen canal al enviar un mensaje” (p, 8)

Es un conjunto de acciones de estrategias se dan con concordancia a los objetivos planteados.

Características

Las estrategias de difusión de información se basan en una mejora que se planteara a las entidades para poder desenvolverse mediante los habitantes de parroquias, empresas u organizaciones.

(Qusqui , 2018), define que “el periodismo es una disciplina donde se ejerce la profesión centrada en las labores de difusión de información mediante medios de comunicación masiva, lo que implica la obtención, tratamiento, interpretación, redacción y difusión de informaciones a la audiencia” (p,9)

Mediante a lo planteado se tomará en cuenta que tenemos que conocer la audiencia en la que trabajaremos, para poder tener claro lo que queremos proyectar.

2.2.9. Medios de difusión de estrategias

Definición

Lo importante de los medios de comunicación es tener sentido lógico de lo que se valla a difundir, como difundirlo, saber llegar al público con la información compartida para dar un entendible mensaje.

(Herrera, 2012, p. 122), menciona, en la actualidad no se habla de medios de comunicación, sino de medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico”

Se toma en cuenta lo que el autor menciona para poder brindarle los conocimientos necesario al GAD parroquial Chanduy, para que pueden entender como armar un excelente medio estratégico de difusión.

Características

Es muy arduo adaptarse a los nuevos medios que se van obteniendo en los años, ya que algunos periodistas no entienden o no tienen el conocimiento de utilización de estos mismos.

(Avila, 2019), indicó que, “los periodistas se han visto obligados a adaptarse a estas nuevas herramientas para aprovechar de manera correcta las posibilidades que estas plataformas les pueden brindar en su labor”

Con el pasar de los años hemos vistos evoluciones masivas, mientras más avanza la era del internet, tenemos nuevas plataformas digitales que utilizan los medios de difusión para una mejora de información.

2.2.10. Campaña de difusión

Definición

Las campañas de difusión son realizadas para socializar, indicar y enseñar a las personas como darle un manejo adecuado a la difusión.

Una campaña de difusión, como menciona, (Romero, 2012), “es una iniciativa comunicacional cuyo objetivo es influir en la conducta de los individuos, su propósito es sensibilizar y concienciar sobre una problemática social, y en algunos casos, ofrecer alguna conducta alternativa o solución a estos problemas”.

Referente a lo investigado y dicho por el autor se le dará un conocimiento necesario al GAD parroquial Chanduy, las medidas necesarias para poder brindarles una excelente difusión hacia sus habitantes.

Características

Estas actividades son encaminadas a difundir algún servicio, información, actividades que se realizaran en alguna provincia, ciudad, cantón, parroquia.

Según (Guzmán , 2003), nos indica que la campaña de reactivación refuerza el posicionamiento en situaciones fuertemente anormales en el mercado, sean éstas ampliamente favorables o gravemente peligrosas, en otras palabras; si el posicionamiento se muestra muy afectado, una campaña de reactivación sirve para apuntalarlo con fuerza.

Referente a lo investigado se dará las respectivas enseñanzas al GAD parroquial para tengan alternativas y puedan dar una mejora de difusión de información.

2.3. Marco legal

El uso de las redes sociales y estrategias de difusión de información, son herramientas y plataformas de libre acceso de investigación como el derecho de todas las personas se encuentra reglamentada bajo los principios legislativos y acuerdos de organizaciones internacionales, nacionales, las mismas que se detallan a continuación.

(Organización de Estados Americanos, Principio 4, 2000)

El acceso a la información en poder del Estado es un derecho fundamental de los individuos. Los Estados están obligados a garantizar el ejercicio de este derecho. Este principio sólo admite limitaciones excepcionales que deben estar establecidas previamente por la ley para el caso que exista un peligro real e inminente que amenace la seguridad nacional en sociedades democráticas. Este principio establece que el acceso a la información en poder del Estado se constituye como un derecho fundamental de los individuos y que los mismos están obligados a garantizarlo. En relación con el objeto particular de este derecho, se entiende que las personas tienen derecho de requerir documentación e información registrada en archivos públicos o procesada por el Estado, es decir información considerada de una fuente pública o documentación oficial del Estado.

(Constitución de la República Del Ecuador, Artículo 18, 2008)

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

(Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, Artículo 16, 2019)

Art. 13.- Principio de participación. - Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos en los procesos de la comunicación.

Art. 16.- Principio de transparencia. - Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada. La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Las bases legales en las que se fundamenta esta investigación servirán como un aporte para las organizaciones que, requieran en el marco de la implementación de redes sociales y estrategias de difusión un análisis profundo para el direccionamiento adecuado de los procesos internos, respondiendo a los requerimientos de una sociedad moderna y globalizada.

3. CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Según menciona, (Esteban Nieto, 2018),” La investigación básica recibe el nombre de pura porque en efecto está interesada por un objetivo crematístico, su motivación se basó en la curiosidad, el inmenso gozo de descubrir nuevos conocimientos, el amor de la sabiduría por la sabiduría.”

Debido a los problemas que presenta la parroquia Chanduy de no tener conocimiento adecuado de diagnosticar la problemática que tiene el GAD parroquial con la fan page para brindar una mejor difusión de información hacia sus habitantes.

3.2. Enfoque de la investigación

Según, (Sampieri R. et al, 2004), el enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas (p48).

El presente proyecto de investigación se utilizó el enfoque cuantitativo para darle un estudio profundo al correcto uso de la fan page y estrategias de difusión de información que utiliza el Gad parroquial Chanduy para dar una adecuada información.

3.3. Diseño de la investigación

La metodología de investigación es no experimental, (Hernández, Fernández & Baptista, 2014), indica que los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observa en su ambiente natural para analizarlos. De acuerdo con lo expuesto, la información recogida acerca del estudio de las variables y su resultado permitirá determinar los primordiales problemas y dar opciones de solución ante esta problemática.

El diseño de investigación, utilizado en el presente caso de estudio es no experimental, ya que la parroquia Chanduy se encuentra con problemas estratégicos de cómo utilizar la fan page, ante esta problemática se da solución de diagnosticar, identificar y difundir información por medio de la fan page que maneja el Gad parroquial para tener una mejor difusión de información.

3.4. Métodos de investigación

Según, (Tamayo, 2008), el método deductivo consiste en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible deducir conclusiones a partir de unos enunciados supuestos llamados premisas, si de una hipótesis se da, entonces, necesariamente se da la consecuencia. La parte suprema del método deductivo es el método axiomático. (p.75)

Se basa en un método deductivo se da para poder ayudar a que los habitantes de la parroquia Chanduy tengan conocimiento de la fan page que maneja el GAD parroquial y puedan estar siempre informados.

3.5. Universo, Población y Muestra

Para determinar la población, se consideraron a los moradores que conforman la parroquia Chanduy, perteneciente de la provincia de Santa Elena, compuesto por 2.000 habitantes, de donde se procedió a extraer la muestra poblacional aplicando la formula estadística para obtener la muestra, un margen de error admisible del 0.05%.

Muestra: habitantes de la parroquia Chanduy 2.000

n	=	El tamaño de la muestral (X)
N	=	Población o Universo (2.000-1)
K	=	Constante que depende del nivel de confianza (95%=1.96)
E	=	Error muestral deseado (0,05%)
P	=	Posibilidad que se cumpla (0.50)
Q	=	Posibilidad que no se cumpla (0.50)

Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, es decir 323 personas que hacen parte de la población de estudio, se tomaron en consideración a 104 habitantes que forman parte de las 13 comunas de la parroquia Chanduy corresponden a la población de estudio.

4. CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Procesamiento de la información

Se comenzó con la respectiva recolección de datos, esto fue llevado a cabo a través de un proceso detallado que consistió en analizar el método de investigación, para poder determinar cuáles serían las herramientas respectivas que se usaran en el presente trabajo investigación, sobre las redes sociales y estrategias de difusión de información de la parroquia Chanduy, perteneciente a la provincia de Santa Elena, mediante una fan page, esta investigación se da a conocer acerca de un enfoque cuantitativo, por lo cual se aplicó el tema de encuesta.

Los datos que se obtienen en la encuesta fueron enviados por medio de formulario de Google de forma virtual, mediante un link a través de las plataformas de redes sociales se les envió a los habitantes de la parroquia Chanduy, cabe aclarar que cada una de las preguntas fueron realizadas en base a la escala de Likert.

En conclusión, para la tabulación de los datos obtenido del enfoque cuantitativo se emplearon graficas de pastel elaboradas dentro del sistema Google Forms en base a los resultados obtenidos por medio de la encuesta, estos datos fueron trasladados en tablas especificadas en el siguiente punto de esta investigación acompañadas de una recapitulación que especifica y detalla el resultaba obtenido.

4.2. Análisis e interpretación de resultados

En el siguiente apartado se visualizan los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada hacia los habitantes de la parroquia Chanduy, provincia de santa elena, bajo la medición de varias opciones múltiples.

Tabla 1

La fan page del GAD parroquial de Chanduy, permiten el manejo adecuado de las estrategias de difusión.

Descripción	Habitantes	
	Frecuencia	Porcentaje
1. Muy en desacuerdo	4	4%
2. En desacuerdo	5	5%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	18	17%
4. De acuerdo	36	35%
5. Muy de acuerdo	41	39%
Total:	104	100%

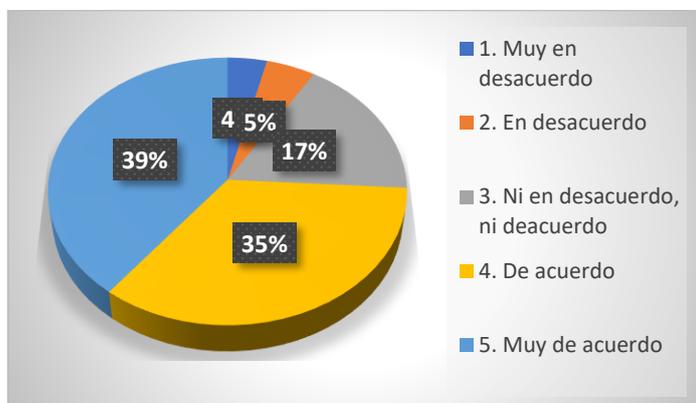
Fuente: Habitantes de la Parroquia Chanduy.

Elaborado por: Melanie Narcisa Macias Vergara

Fecha: 2022

Gráfico 1

La fan page del GAD parroquial de Chanduy, permiten el manejo adecuado de las estrategias de difusión.



Fuente: Habitantes de la Parroquia Chanduy

Elaborado por: Melanie Narcisa Macias Vergara

Fecha: 2022

Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados, correspondieron con muy de acuerdo 41 encuestas con (39%); de acuerdo con 36 habitantes da un total de (35%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de 18 encuestados da (17%); en desacuerdo con 5 habitantes da un porcentaje de (5%) y por ultimo muy en desacuerdo con 4 habitantes da un porcentaje de (4%), en relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De acuerdo con esto, ¿La fan page del GAD parroquial Chanduy, permiten el manejo adecuado de las estrategias de difusión?

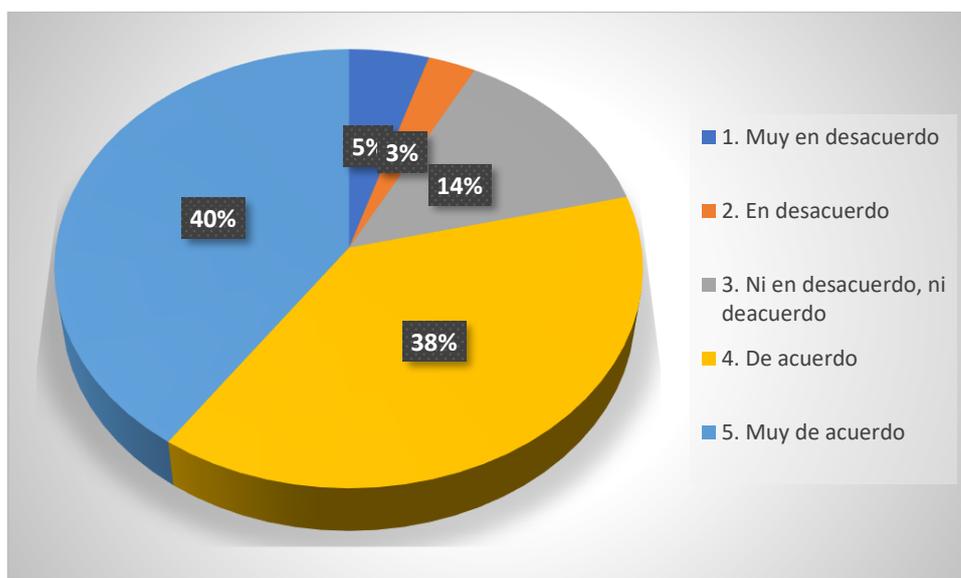
Tabla 2

De qué manera calificaría usted la usabilidad de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.

Descripción	Habitantes	
	Frecuencia	Porcentaje
1. Muy en desacuerdo	5	5%
2. En desacuerdo	3	3%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	14	14%
4. De acuerdo	40	38%
5. Muy de acuerdo	42	40%
Total:	104	100%

Tabla 2

De qué manera calificaría usted la usabilidad de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.



Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados correspondieron con muy de acuerdo 42 encuestas con (40%); de acuerdo con 40 habitantes da un total de (38%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de 14 encuestados da (14%); en desacuerdo con 3 habitantes da un porcentaje de (3%) y por ultimo muy en desacuerdo con 5 habitantes da un porcentaje de (5%), en relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De acuerdo con esto, ¿De qué manera calificaría usted la usabilidad de la fan page del GAD parroquial Chanduy?

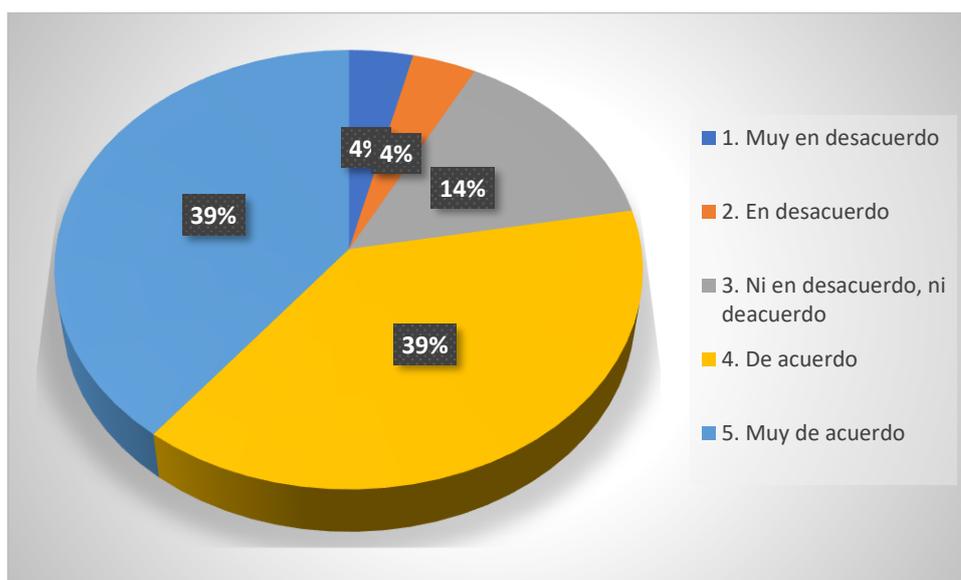
Tabla 3

La comunidad se beneficia con el contenido difundido a través de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.

Descripción	Habitantes	
	Frecuencia	Porcentaje
1. Muy en desacuerdo	4	4%
2. En desacuerdo	4	4%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	15	14%
4. De acuerdo	40	39%
5. Muy de acuerdo	41	39%
Total:	104	100%

Tabla 3

La comunidad se beneficia con el contenido difundido a través de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.



Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados correspondieron con muy de acuerdo 41 encuestas con (39%); de acuerdo con 40 habitantes da un total de (39%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de 15 encuestados da (14%); en desacuerdo con 4 habitantes da un porcentaje de (4%) y por ultimo muy en desacuerdo con 4 habitantes da un porcentaje de (4%), en relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De acuerdo con esto, ¿La comunidad se beneficia con el contenido difundido a través del GAD parroquial Chanduy?

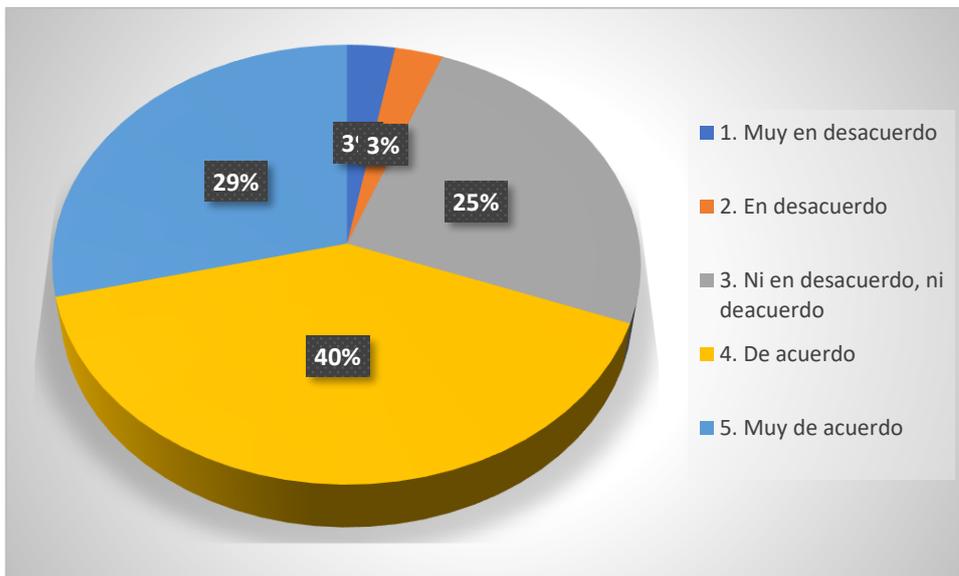
Tabla 4

La fan page como herramienta de comunicación contribuye al mejoramiento de la comunicación interna y externa.

4. ¿Las redes sociales como herramientas comunicativas contribuyen al crecimiento digital de una organización?		
Descripción	Habitantes	
Escala	Frecuencia	Porcentaje
1. Muy en desacuerdo	3	3%
2. En desacuerdo	3	3%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	26	25%
4. De acuerdo	42	40%
5. Muy de acuerdo	30	29%
Total:	104	100%

Tabla 4

La fan page como herramienta de comunicación contribuye al mejoramiento de la comunicación interna y externa.



Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados correspondieron con muy de acuerdo 30 encuestas con (29%); de acuerdo con 42 habitantes da un total de (40%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de 26 encuestados da (25%); en desacuerdo con 3 habitantes da un porcentaje de (3%) y por ultimo muy en desacuerdo con 3 habitantes da un porcentaje de (3%), en relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De acuerdo con esto, ¿la fan page como herramienta de comunicación contribuye al mejoramiento de la comunicación interna y externa?

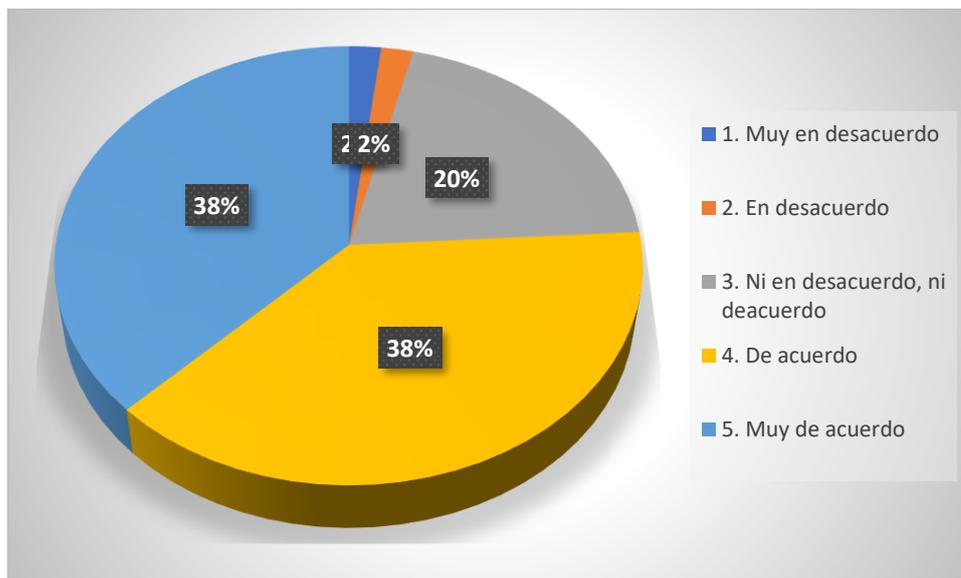
Tabla 5

La fan page mantiene credibilidad a través de los contenidos que difunde.

Descripción	Habitantes	
	Frecuencia	Porcentaje
1. Muy en desacuerdo	2	2%
2. En desacuerdo	2	2%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	21	20%
4. De acuerdo	40	38%
5. Muy de acuerdo	39	38%
Total:	104	100%

Tabla 5

La fan page mantiene credibilidad a través de los contenidos que difunde.



Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados correspondieron con muy de acuerdo 39 encuestas con (38%); de acuerdo con 40 habitantes da un total de (38%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de 21 encuestados da (20%); en desacuerdo con 2 habitantes da un porcentaje de (2%) y por ultimo muy en desacuerdo con 2 habitantes da un porcentaje de (2%), en relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De acuerdo con esto, ¿La fan page mantiene credibilidad a través de los contenidos que difunde?

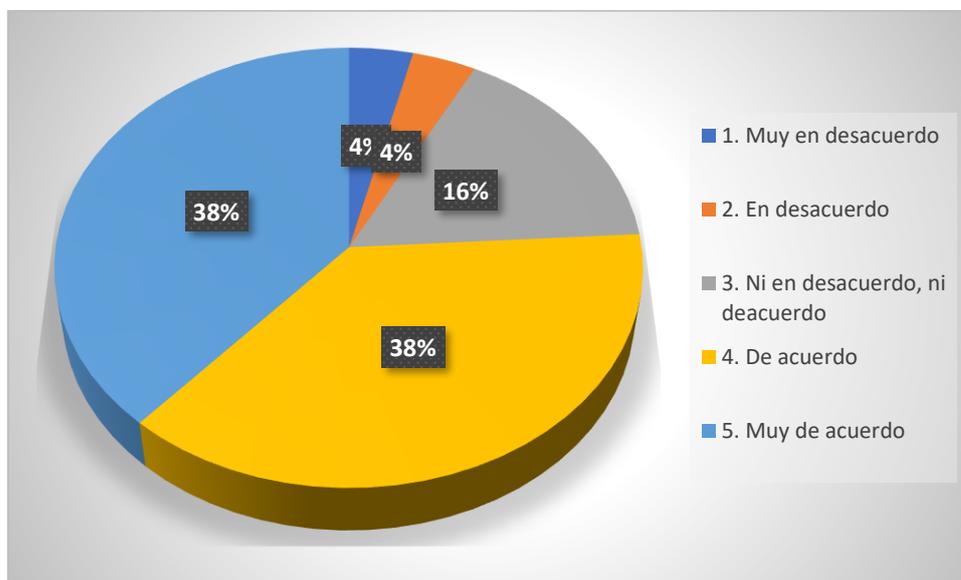
Tabla 6

Las estrategias de difusión destacan ventajas concretas, eliminan temores y amplían conocimientos sobre un problema concreto detectado en la parroquia Chanduy.

Descripción	Habitantes	
	Frecuencia	Porcentaje
1. Muy en desacuerdo	4	2%
2. En desacuerdo	4	2%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	17	20%
4. De acuerdo	39	38%
5. Muy de acuerdo	40	38%
Total:	104	100%

Tabla 6

Las estrategias de difusión destacan ventajas concretas, eliminan temores y amplían conocimientos sobre un problema concreto detectado en la parroquia Chanduy.



Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados correspondieron con muy de acuerdo 40 encuestas con (38%); de acuerdo con 39 habitantes da un total de (38%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de 17 encuestados da (16%); en desacuerdo con 4 habitantes da un porcentaje de (4%) y por ultimo muy en desacuerdo con 4 habitantes da un porcentaje de (4%), en relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De

acuerdo con esto, ¿Las estrategias de difusión destacan ventajas concretas, eliminan temores y amplían conocimientos sobre un problema concreto detectado en la parroquia Chanduy?

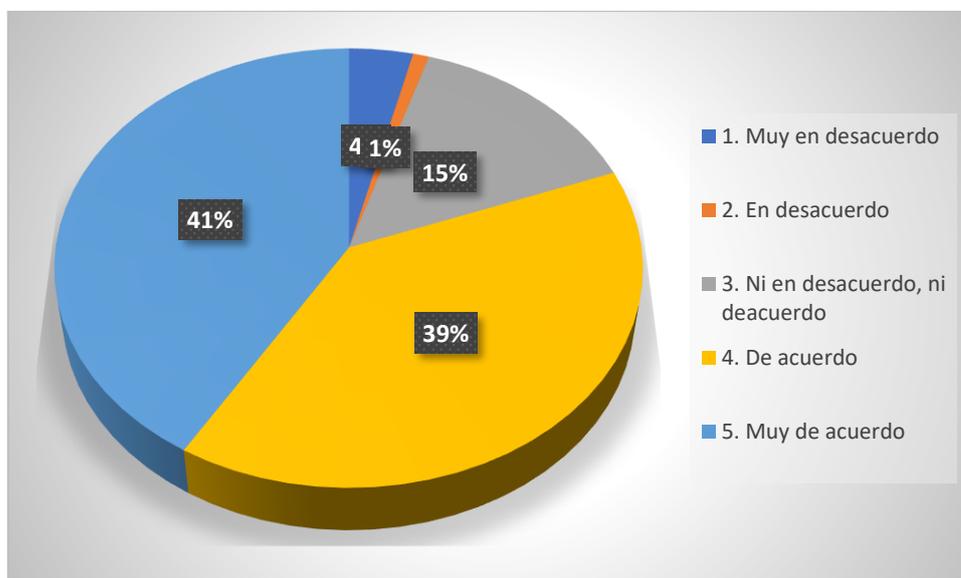
Tabla 7

Las estrategias de difusión permiten dar a conocer: los productos o servicios y los principales beneficios, que brinda el GAD de la parroquia Chanduy.

Descripción	Habitantes	
	Frecuencia	Porcentaje
1. Muy en desacuerdo	4	4%
2. En desacuerdo	1	1%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	15	15%
4. De acuerdo	41	39%
5. Muy de acuerdo	43	41%
Total:	104	100%

Tabla 7

Las estrategias de difusión permiten dar a conocer: los productos o servicios y los principales beneficios, que brinda el GAD de la parroquia Chanduy.



Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados correspondieron con muy de acuerdo 42 encuestas con (43%); de acuerdo con 40 habitantes da un total de (41%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de 15 encuestados da (15%); en desacuerdo con 1 habitantes da un porcentaje de (1%) y por ultimo muy en desacuerdo con 4 habitantes da un porcentaje de (4%), en

relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De acuerdo con esto, ¿Las estrategias de difusión permiten dar a conocer: los productos o servicios y los principales beneficios, que brinda el GAD de la parroquia Chanduy?

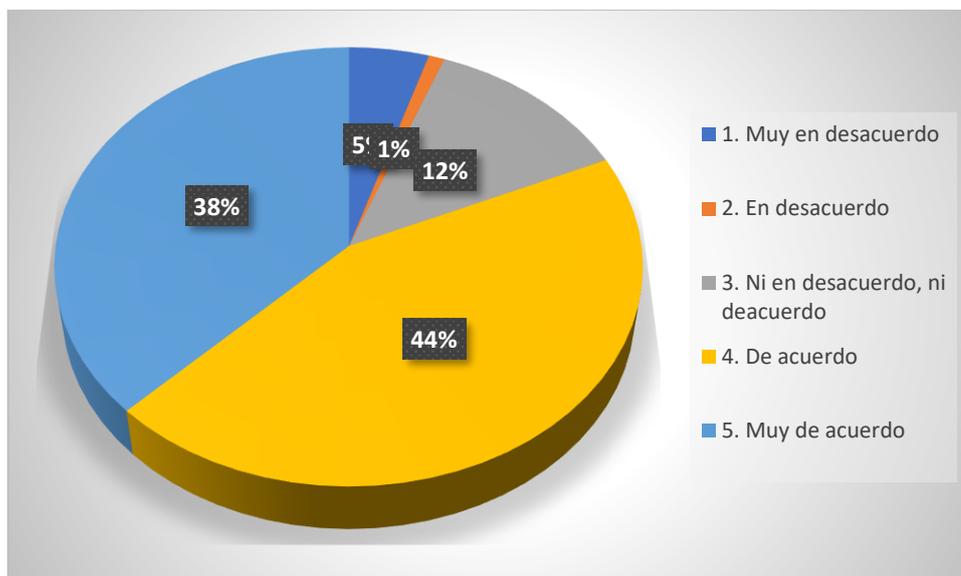
Tabla 8

Las estrategias de difusión utilizadas superan o son similares a las de otras GAD parroquiales.

Descripción	Habitantes	
	Frecuencia	Porcentaje
Escala		
1. Muy en desacuerdo	5	5%
2. En desacuerdo	1	1%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	13	12%
4. De acuerdo	46	44%
5. Muy de acuerdo	39	38%
Total:	104	100%

Tabla 8

Las estrategias de difusión utilizadas superan o son similares a las de otras GAD parroquiales.



Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados correspondieron con muy de acuerdo (39) encuestas con

(38%); de acuerdo con (46) habitantes da un total de (44%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de (13) encuestados da (12%); en desacuerdo con (1) habitantes da un porcentaje de (1%) y por ultimo muy en desacuerdo con (5) habitantes da un porcentaje de (5%), en relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De acuerdo con esto, ¿Las estrategias de difusión utilizadas superan o son similares a otras GAD parroquiales?

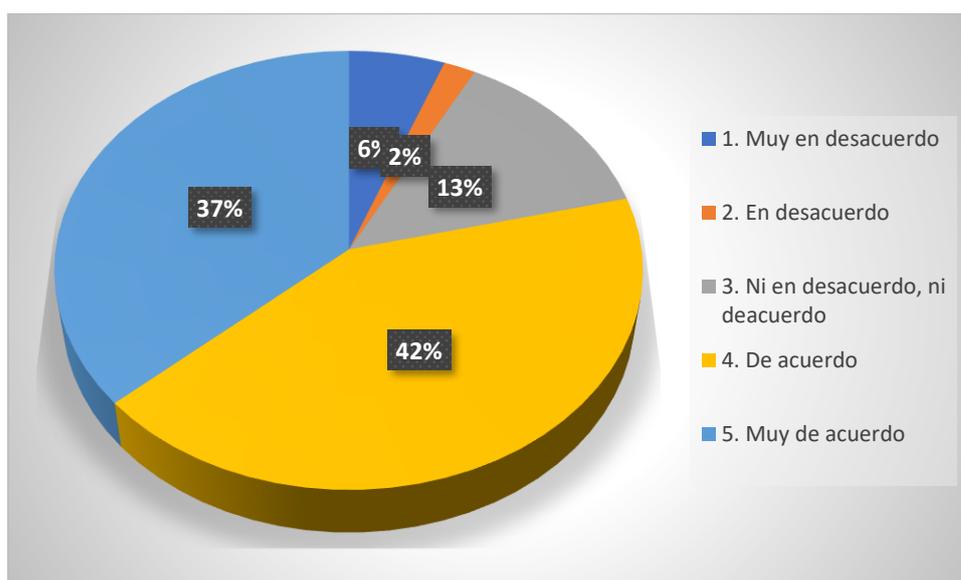
Tabla 9

Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, cuentan con la suficiente información para sostener los argumentos expuestos.

Descripción	Habitantes	
	Frecuencia	Porcentaje
1. Muy en desacuerdo	6	6%
2. En desacuerdo	2	2%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	14	13%
4. De acuerdo	44	42%
5. Muy de acuerdo	38	37%
Total:	104	100%

Tabla 9

Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, cuentan con la suficiente información para sostener los argumentos expuestos.



Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados correspondieron con muy de acuerdo 38 encuestas con (37%); de acuerdo con 44 habitantes da un total de (42%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de 14 encuestados da (13%); en desacuerdo con 2 habitantes da un porcentaje de (2%) y por ultimo muy en desacuerdo con 6 habitantes da un porcentaje de (6%), en relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De acuerdo con esto, ¿Los mensajes difundidos en la fan page del GAD parroquial Chanduy, cuentan con la suficiente información para sostener los argumentos expuestos?

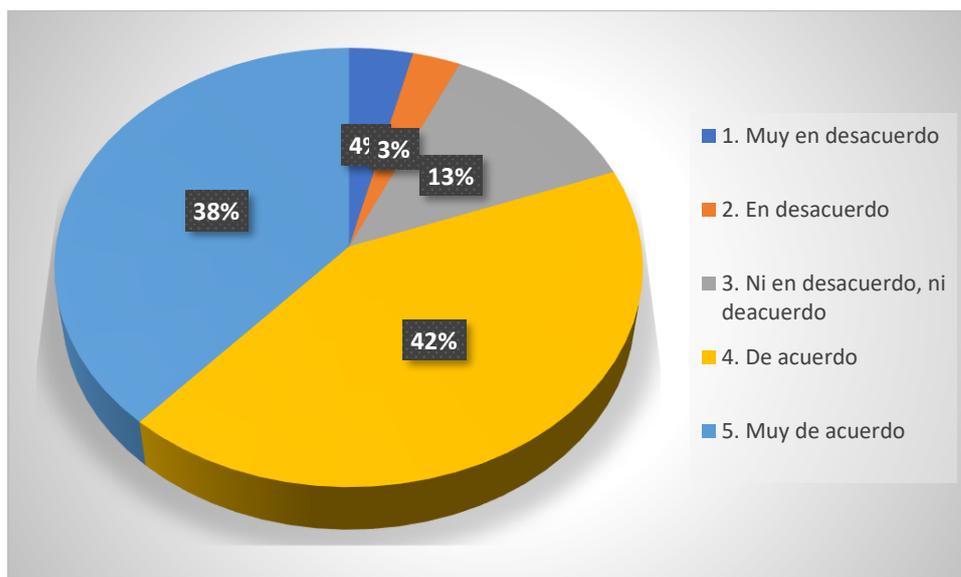
Tabla 10

Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, son realizados por expertos en manejo de hipertextos y multimedia

Descripción	Habitantes	
	Frecuencia	Porcentaje
1. Muy en desacuerdo	4	4%
2. En desacuerdo	3	3%
3. Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	13	13%
4. De acuerdo	44	42%
5. Muy de acuerdo	40	38%
Total:	104	100%

Tabla 10

Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, son realizados por expertos en manejo de hipertextos y multimedia



Análisis: Los encuestados seleccionaron las opciones de la siguiente manera: con un total de (104) encuestados correspondieron con muy de acuerdo 40 encuestas con (38%); de acuerdo con 44 habitantes da un total de (42%); ni en acuerdo ni en desacuerdo con un total de 13 encuestados da (13%); en desacuerdo con 3 habitantes da un porcentaje de (3%) y por ultimo muy en desacuerdo con 4 habitantes da un porcentaje de (4%), en relación a la pregunta la fan page es una red social importante para una organización. De acuerdo con esto, ¿Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, son realizados por expertos en manejo de hipertextos y multimedia?

4.2.1. Análisis cuantitativo: Encuesta

A continuidad, en relación con la utilización de los instrumentos, en esta sección se comprobará los resultados de la investigación, se planteó una encuesta a los habitantes de la parroquia Chanduy de la provincia de Santa Elena, a través de una encuesta que consta de 10 preguntas acerca de la fan page, con la medición escala de Likert, los cuales serán cuantificados y analizados por el investigador el cual se detalla a continuación.

4.3. Discusión de resultados

Una vez ya obtenidos los resultados de la encuesta, se pudo determinar el grado de importancia que tiene la Fan Page del GAD parroquial Chanduy, para el uso de redes sociales y estrategias de difusión de información. Desde el punto de vista de los habitantes esta plataforma se consolida como herramientas comunicativas aptas y necesarias para una buena expansión de información.

Desde el ámbito institucional, a través de los instrumentos planteado se permitió conocer la forma objetiva de los resultados y así poder estudiar la problemática dada en la parroquia.

En cuanto a la comparación de resultados, en las encuestas se tomaron cuatro preguntas, dos de la variable independiente y dos de la variable dependientes, de acuerdo con la pregunta 1: La fan page es una herramienta fundamental para una buena expansión de información ¿La fan page del GAD parroquial de Chanduy, permiten el manejo adecuado de las estrategias de difusión? En su análisis, arrojó los siguientes resultados: 41% muy de acuerdo y 4% en desacuerdo, cuyos datos se relacionan con el criterio de (Hamburger, 2019), quienes resaltan que a través del uso de estas herramientas comunicativas, como son las redes sociales se logra consolidar o transmitir información en tiempo real y a la vez interactuar con los usuarios.

En relación a la pregunta 4: ¿La fan page como herramienta de comunicación contribuye al mejoramiento de la comunicación interna y externa? los datos fueron los siguientes: 30% de acuerdo y 3% muy de acuerdo, estos resultados concuerdan con lo mencionado por (Viloria & Hamburger, 2019), el empleo de estas herramientas contribuyen a la mejora en los procesos de difusión tanto interna como externa. Además que se pueden representar de manera sincrónica y asincrónica.

De acuerdo a la pregunta 7: ¿Las estrategias de difusión permiten dar a conocer: los productos o servicios y los principales beneficios, que brinda el GAD de la parroquia Chanduy?, los datos fueron: 43% muy de acuerdo y 4% ni en acuerdo ni desacuerdo, dichos resultados se relacionan con los criterios de (Contreras & Garibay ,2020), ellos resaltan la importancia y desarrollo de un análisis dentro la organización bajo metodologías y teorías de trabajo, las mismas que le permitieran establecer estrategias enmarcadas en el flujo y propósitos que tiene la entidad.

Respecto a la pregunta 10: ¿Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, son realizados por expertos en manejo de hipertextos y multimedia?, arrojó los siguientes resultados: 40% de acuerdo y 4% ni en acuerdo ni desacuerdo. Dichos resultados, se comparan con lo mencionado por (Larrea, 2012), quienes señalan la importancia de la aplicación de soportes para la transmisión de mensajes o información. A su vez, estos soportes se van diversificando y adaptarlas a nuestra organización servirá de gran ayuda.

5. Conclusiones

- El desarrollo de esta investigación se establece como un aporte a la comunidad científica comprendiendo y analizando el impacto que tiene el uso de las redes sociales y las estrategias de difusión en la parroquia Chanduy para una correcta difusión de información hacia habitantes.
- Consecuentemente, la investigación estará a disposición a la parroquia Chanduy para describir el uso de las redes sociales para generación de estrategias de difusión de información mediante la fan page del GAD parroquial.
- De esta manera, se plantean alternativas que permitan a la parroquia Chanduy diagnosticar, aplicar nuevas herramientas y establecer estrategias de difusión de información por medio de un fan page.
- De igual manera, se sugirió identificar las estrategias de difusión de información en la parroquia para incorporarlas en el fan page del GAD parroquial.
- En cuanto a los resultados obtenidos, se evidencia un alto porcentaje en donde los encuestados concuerdan y resaltan la importancia del uso del fan page para una mejor dispersión de información.

6. Recomendaciones

- Se sugiere a la comunidad científica el presente trabajo de investigación cuya información servirá como aporte y bajo un análisis cualitativo conocer el impacto de uso de las redes sociales y estrategias de difusión en la parroquia Chanduy para una correcta difusión de información.

- Se recomienda este trabajo a todos los moradores de la parroquia Chanduy como un estudio sobre la identificación de aquellas redes sociales aptas para un proceso de difusión eficaz, no solo para el sujeto investigado, sino para todos los habitantes de la parroquia.

- Como una de las alternativas, se sugiere a la entidad de GAD de la parroquia Chanduy aplicar nuevas herramientas digitales y establecer estrategias de difusión a fin de una mejora por medio de un fan page.

- Parte de las estrategias, se recomienda a los moradores de la parroquia Chanduy tomar en consideración el correcto uso de la fan page del GAD parroquial para un mejoramiento en su parroquia.

- De acuerdo con los datos recolectados a través de los instrumentos de encuesta, se recomienda a la parroquia Chanduy evaluar de forma continua su proceso de difusión y resaltar la importancia del fan page y la importancia que tiene.

7. Bibliografía

- Aristizabal, L., Patiño, K., & Romero, P. (2018). Las redes sociales como estrategia de Comunicación Organizacional. p.54.
- Buxarrais, M. (2016). Social networks and education. p.18.
- Chasiluisa, P., & Lugmaña, K. (2020). ANÁLISIS DE DATOS EN CANALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL MEDIANTE TÉCNICAS DE ANALÍTICA WEB. p.12.
- Esteban, N. (2018). TIPOS DE INVESTIGACIÓN. p.1.
- Flores, K., Gózález, R., & Lobo, E. (2020). Estrategia alternativa para la resolución de conflictos en las redes sociales. p.5.
- Guerrero, M. (2016). La investigación cualitativa . *UIDE*, p.3.
- Hernández, R. (2014). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. p.403.
- Larrea, K. (2012). SOPORTES DE COMUNICACIÓN: EL SMS EN LAS CLASES DE LENGUA. p.179.
- Lima, C., Casas, S., & Alejandro, S. (2020). Usabilidad de las Páginas de Inicio de las Redes Sociales de Video. p.166.
- Linares, J., & Pozzo, S. (2018). Las redes sociales como herramienta del marketing relacional y la fidelización de clientes. *SCIÉENDO*, p.158.
- Madroñero, G., & Capriotti, P. (2018). La etapa de la Estrategia de Comunicación en el proceso de planificación de la comunicación y las relaciones públicas. p.177.
- Martos, E. (2010). Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comuninades virtuales o redes sociales . p.2.
- Mendoza, M., Morán, G. M., & Zavala, O. (2020). Estrategias comunicacionales en declaratoria de estado de excepción en el Ecuador. *RECIAMUC*, p.43.
- Monjarás, A., Bazán, A., Pacheco, Z., Rivera, J., Zamarripa, J., & Cuevas, C. (2019). Diseños de Investigación . *UAEH*, p.120.
- Pérez, M. (2012). Redes sociales, mecanismos generadores de reputación organizacional para las PyMEs. p.144.
- Pérez, M., Ortiz, M., & Flores, M. (2015). Redes sociales en Educación y propuestas metodológicas para su estudio. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, Pg. 204.
- Reyes, R., & Carmona, A. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. p.1.
- Romo, G. (2010). Introducción a las Relaciones Públicas. p.18.
- Santa, K., Federico, W., & Vera, S. (2018). ROMPIENDO BARRERAS DE LA INVESTIGACIÓN . *UTMACH*, p.182.

- Santamaría, G., Paucar, L., & Borja, Y. (2020). El uso de la social media en la administración de las empresas públicas en Ecuador. p.170.
- Vara, A. (2012). Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales. p.221.
- Viloria, H., & Hamburger, J. (2019). Uso de las herramientas comunicativas en los entornos de aprendizaje. p.371.
- Zavala, M. (2019). Análisis de la estrategia de comunicación interna del departamento técnico de la empresa Equysum Cía. Ltda.” de la ciudad de Guayaquil. p.16.

8. Anexos

Anexo 1 Matriz de operacionalización de las variables

TEMA /TÍTULO	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Redes sociales como estrategias de difusión de información de la parroquia Chanduy, año 2022.	VI Redes sociales	“Para garantizar el éxito de una red social se deben considerar los intereses y necesidades de sus miembros, lo que cada uno de ellos aporta para mantenerla activa, comprender la construcción de significados que le dan sentido, valor de pertenencia y continuidad a los propósitos para los que fue creada. El cumplimiento de los objetivos de la red social dependerá de la comunicación e	Para garantizar el éxito de una red social se deben considerar los intereses, usos, comunicación e interacción digital que tienen los miembros de una organización, lo que cada uno de ellos aporta para mantenerla activa, los significados que le dan sentido, valor de pertenencia y continuidad a los propósitos para los que fue creada.	<ul style="list-style-type: none"> - Red social - Internet - Plataformas digitales - Fan Page 	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo - Usabilidad - Contenido - Herramientas - Mejoramiento - Credibilidad - Contenido 	<p>Ordinal</p> <p>Escala de Likert</p> <p>Es uno de los niveles de medición que nos otorga la clasificación y el orden de los datos</p>

		interacción que se dé entre sus miembros.” (Pérez, 2015) (p. 204)				
	VD Estrategias de difusión	“Las estrategias de difusión, son estrategias para mantener informada a la población. (...) propician la venta de determinados productos usando para ello técnicas como neuro marketing, redes y otros, que buscan ganar la confianza y el auspicio de la sociedad.” (Mendoza, 2020)	Las estrategias de difusión son estrategias utilizadas en la organización para mantener informada a la población, cuyas técnicas y estrategias permitirán propiciar la venta de determinados productos con métodos de neuro marketing, redes y otros, que buscan ganar la confianza y el auspicio de la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategias - Estrategias de difusión - Medios de difusión de estrategias - Campaña de difusión 	<ul style="list-style-type: none"> - Ventajas - Temores - Productos - Servicios - Información - Argumentos - Multimedia 	

Instrumento

Técnica: Encuesta con escala de Likert.

Instrumento: Cuestionario – REDES SOCIALES

Tema: Redes sociales como estrategias de difusión de información de la parroquia Chanduy, año 2022.

Objetivo. Describir el uso de las redes sociales para la generación de estrategias de difusión de información, mediante la fan page de la parroquia Chanduy.

Escala. Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5

Variable Independiente: Redes Sociales						
Variable más dimensión más indicador (directa e indirecta)		1	2	3	4	5
1	La fan page del GAD parroquial de Chanduy, permiten el manejo adecuado de las estrategias de difusión.		X			
2	De qué manera calificaría usted la usabilidad de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.		X			
3	La comunidad se beneficia con el contenido difundido a través de la fan page del GAD parroquial de Chanduy.		X			
4	La fan page como herramienta de comunicación contribuye al mejoramiento de la comunicación interna y externa.					X
5	La fan page mantiene credibilidad a través de los contenidos que difunde.					X
Variable dependiente: Estrategias de difusión						
6	Las estrategias de difusión destacan ventajas concretas, eliminan temores y amplían conocimientos sobre un problema concreto detectado en la parroquia Chanduy.		X			
7	Las estrategias de difusión permiten dar a conocer: los productos o servicios y los principales beneficios, que brinda el GAD de la parroquia Chanduy.		X			
8	Las estrategias de difusión utilizadas superan o son similares a las de otras GAD parroquiales.				X	
9	Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, cuentan con la suficiente información para sostener los argumentos expuestos.				X	
10	Los mensajes difundidos en la Fan Page del GAD de la parroquia Chanduy, son realizados por expertos en manejo de hipertextos y multimedia		X			



Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0928816107

nexo 3 Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:	Redes sociales como estrategias de difusión de información de la Parroquia Chanduy, año 2022
AUTOR:	MACIAS VERGARA MELANIE NARCISA

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN Relación entre:				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN		
				De acuerdo	Muy de acuerdo	Ni en acuerdo, Ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		INDICADOR E ITEMS			ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA	
									SI	NO	SI	NO		SI	NO
Variable Independiente: Redes Sociales	Red social - Internet	Manejo	Las redes sociales y su grado de usabilidad determinan la forma en como los usuarios interactúan con una página para de esta manera mejorar su interfaz.				X					X			
		Usabilidad	Las redes sociales bajo el enfoque de la usabilidad permiten evaluar el grado de satisfacción que los usuarios tienen al usar las diferentes plataformas digitales.				X					X			
	Plataformas digitales	Intercambio de información o contenido	Las redes sociales suponen una importante herramientas comunicativa, la misma que permiten el intercambio de información entre la organización y los usuarios.				X					X			

Fecha, Santa Elena, 22 de julio del 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'G' followed by several loops and a final flourish.

Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr.
Juez Experto
C.I: 0928816107

Anexo 4 Ficha de validación de instrumentos
FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario : Comprensión Crítico-Valorativa

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			X		
2. Objetividad	Expresa conductas observables																			X		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			X		
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																			X		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																			X		
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																			X		
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																			X		
8. Coherencia	Relación en variables e Indicadores																			X		
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																			X		

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

PROMEDIO:90

Santa Elena, 22 de julio del 2022

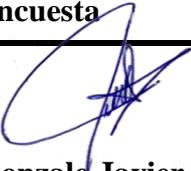
Lcdo.
Gonzalo
Javier
Vera Vera,
Mgtr.
C.I.:
0928816108
2
Teléfono:09
91022182
E-
mail:gonzal
overavera@
upse.edu.ec

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'G' followed by several vertical strokes and a horizontal line at the bottom.

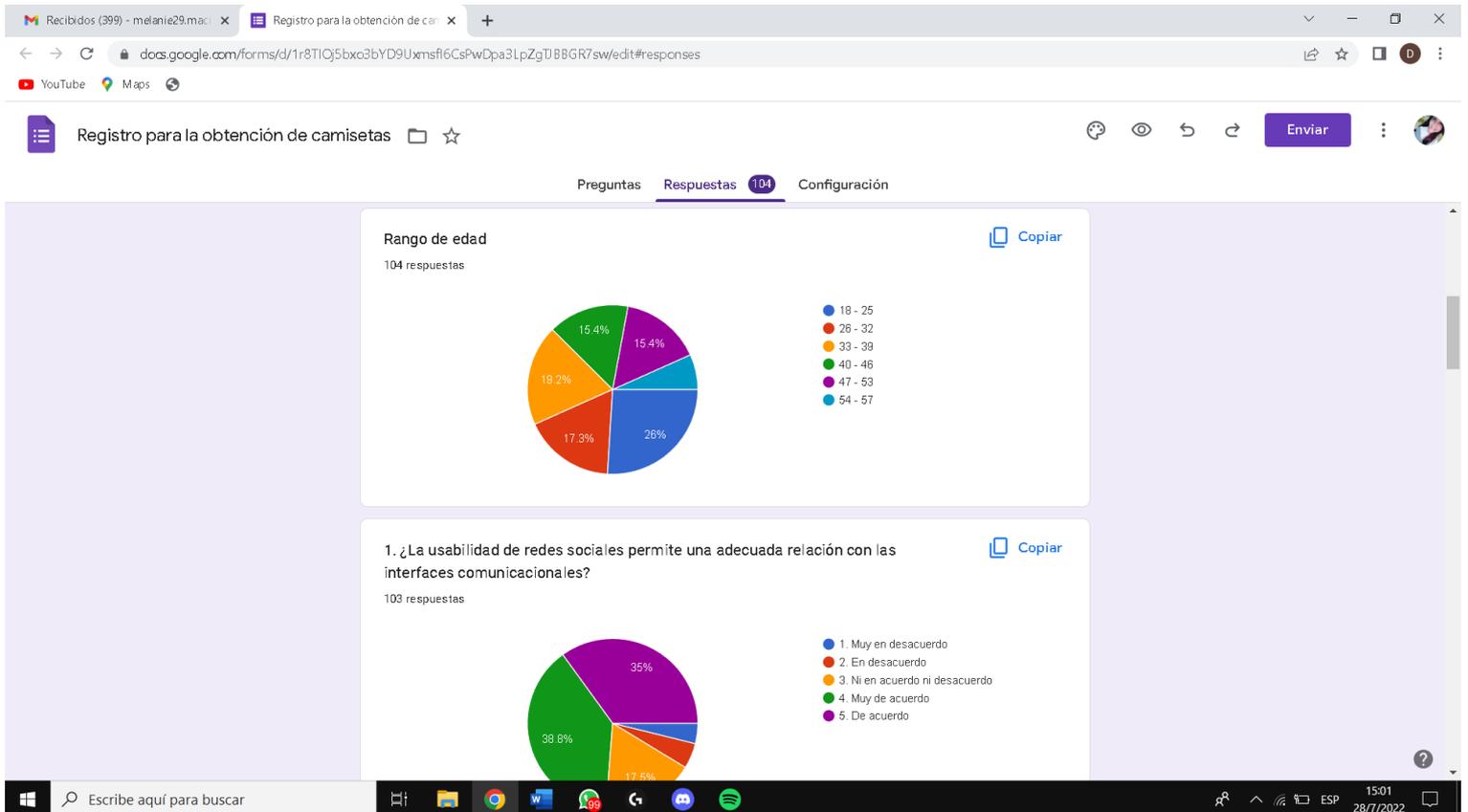
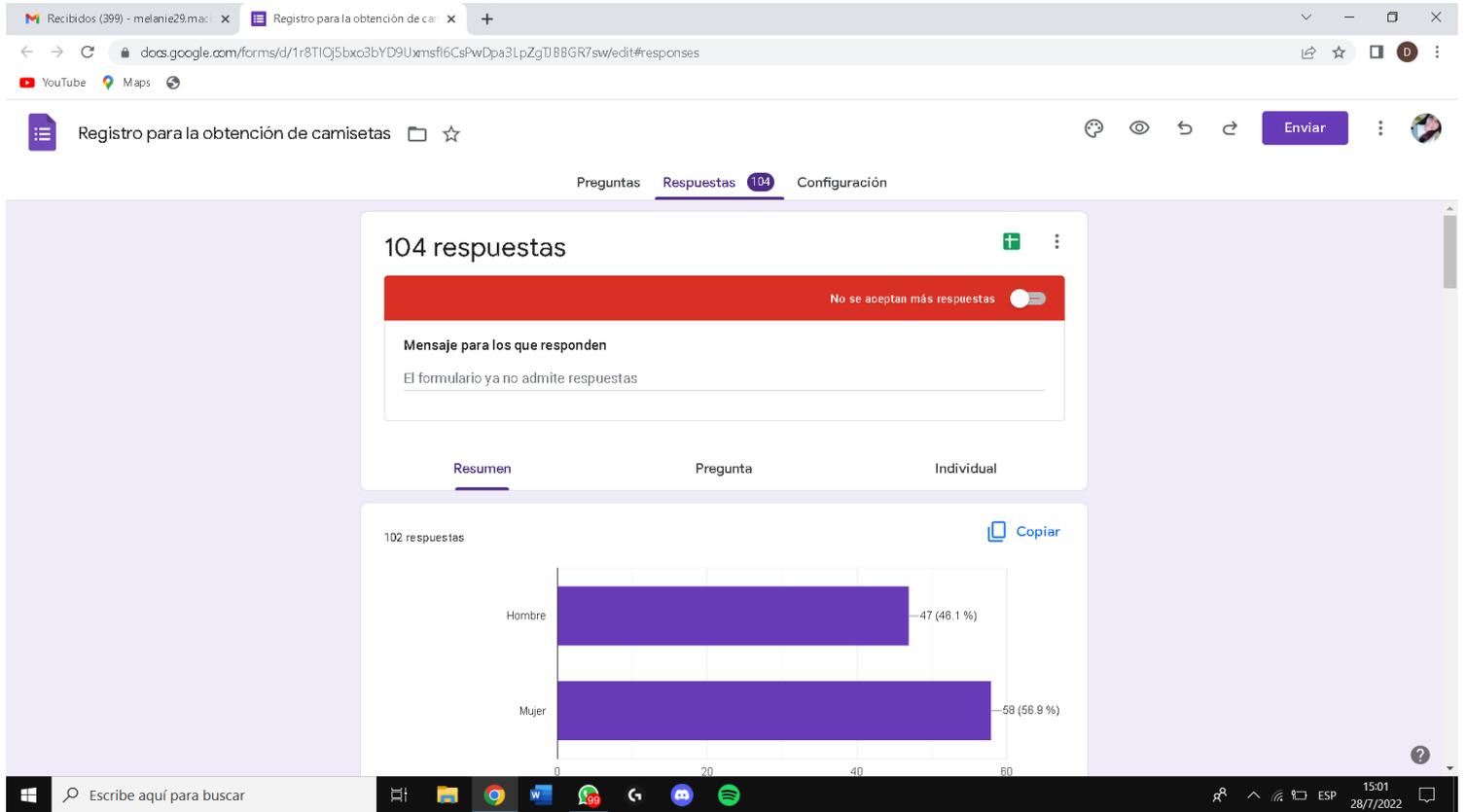
Firma

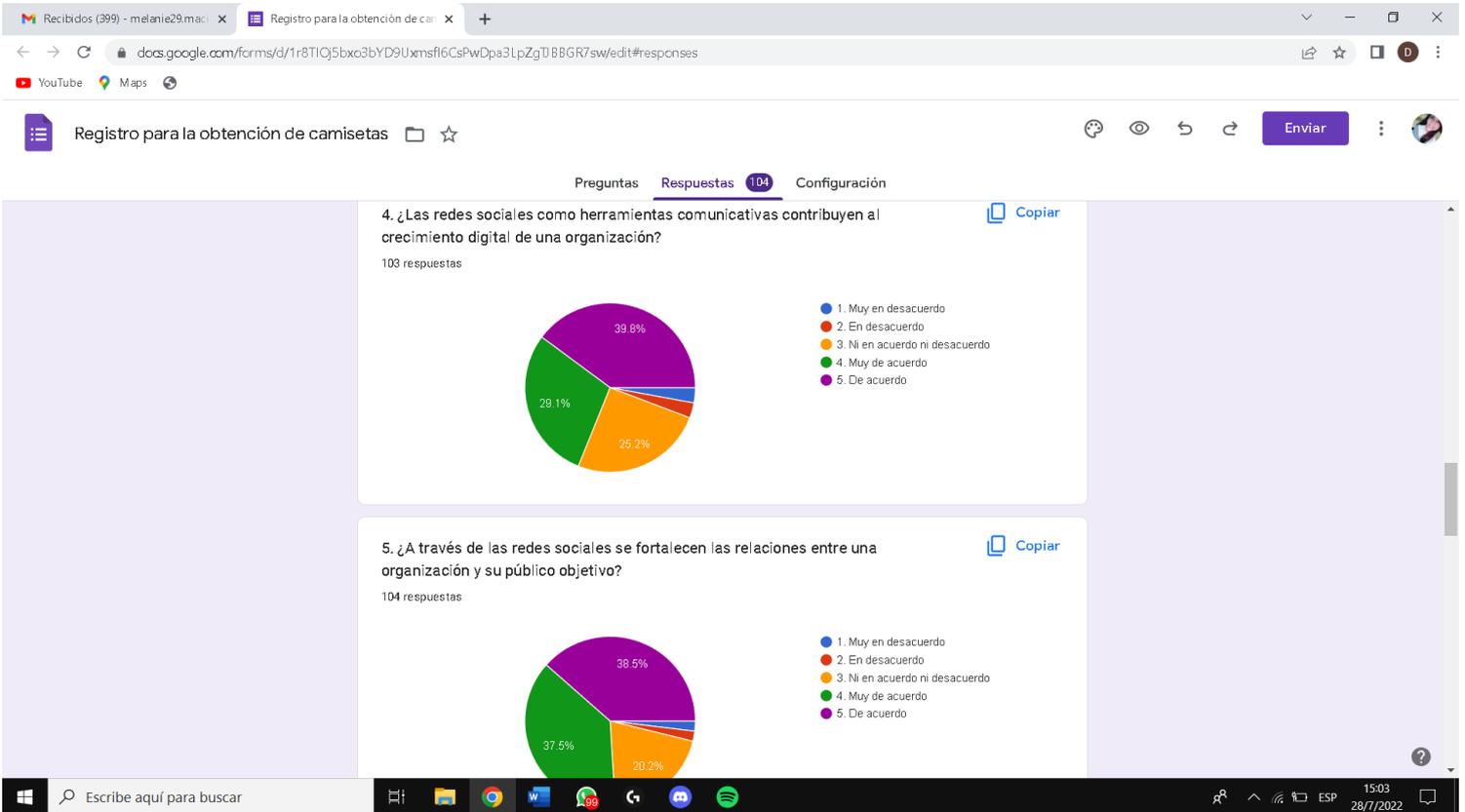
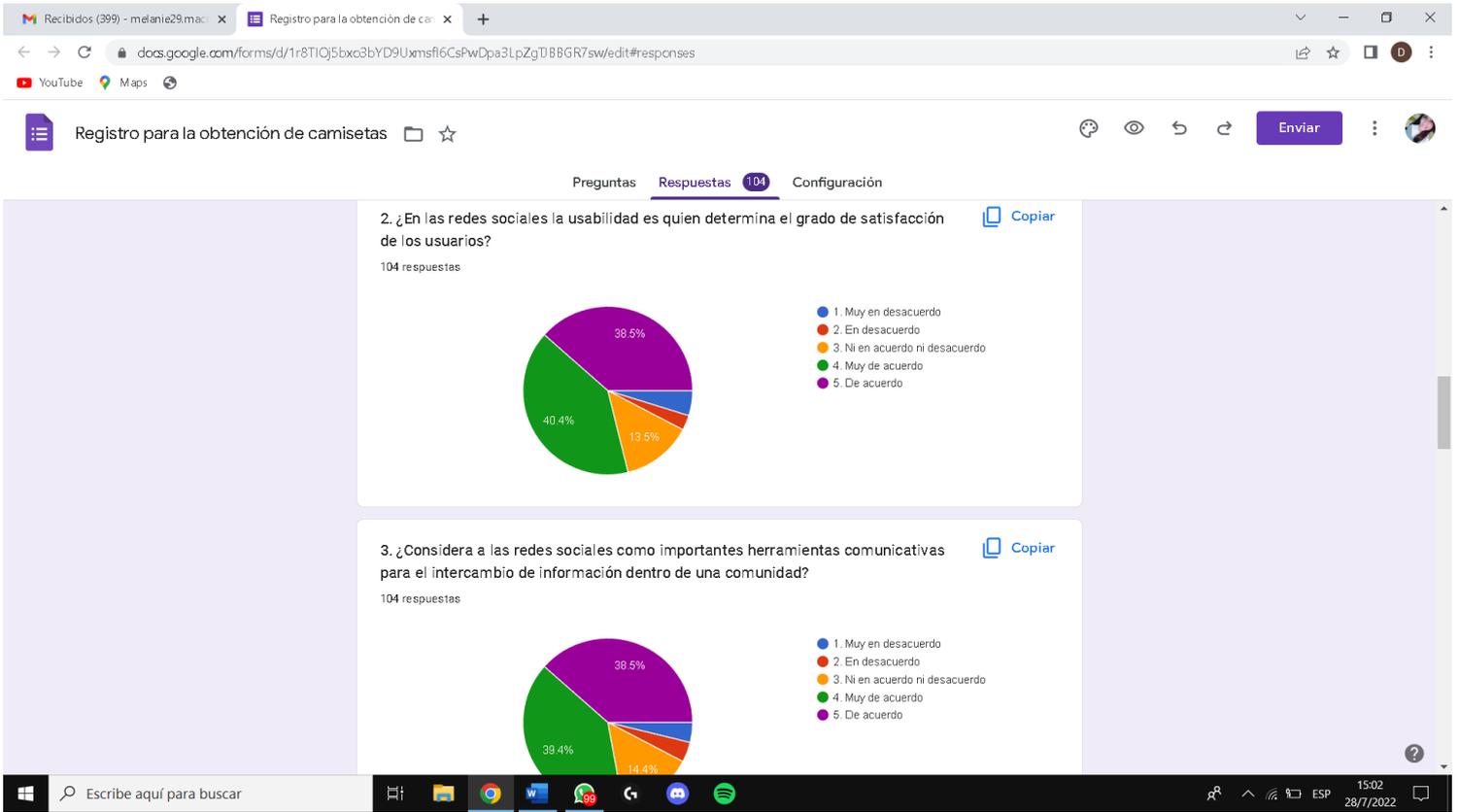
Validación de contenido del instrumento

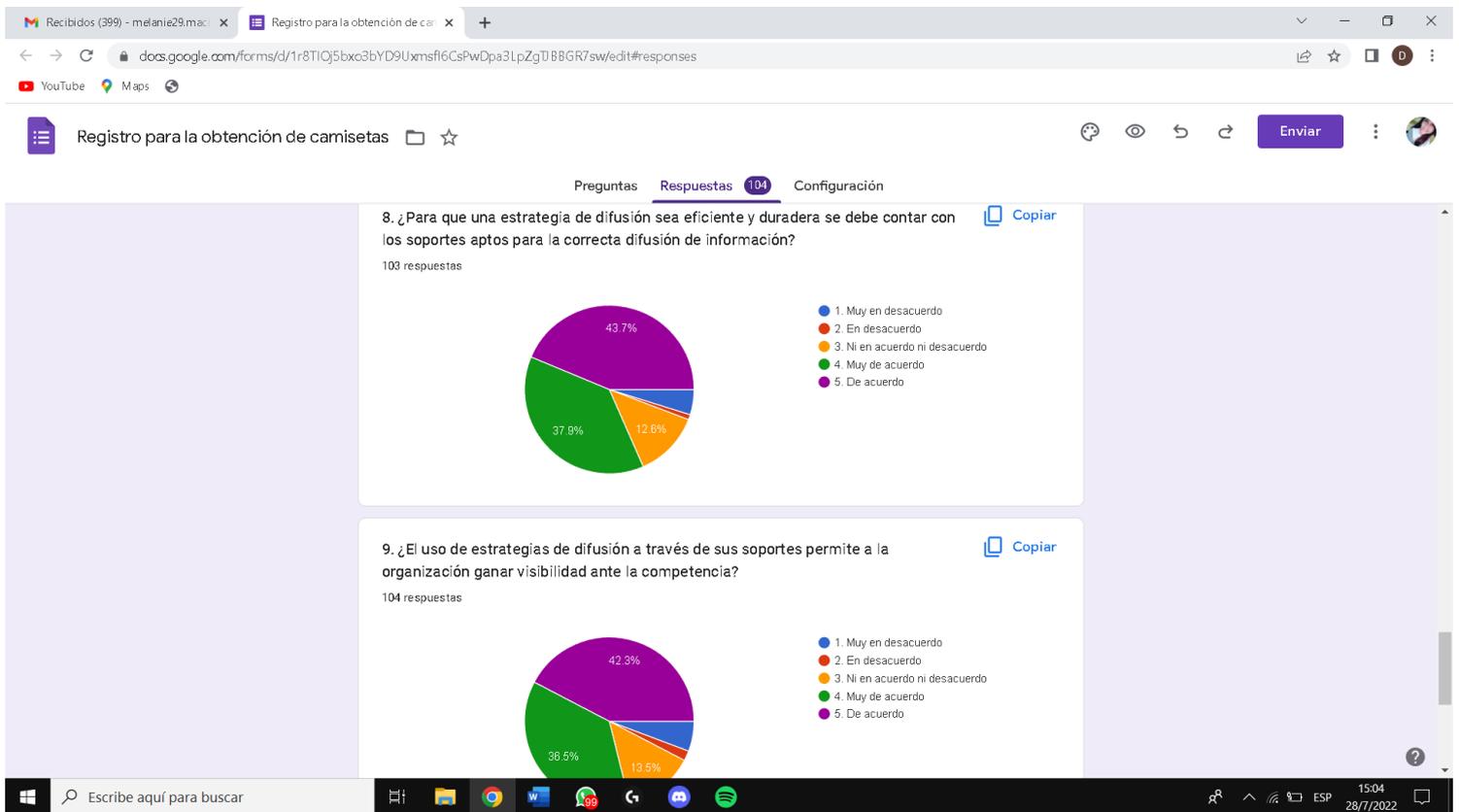
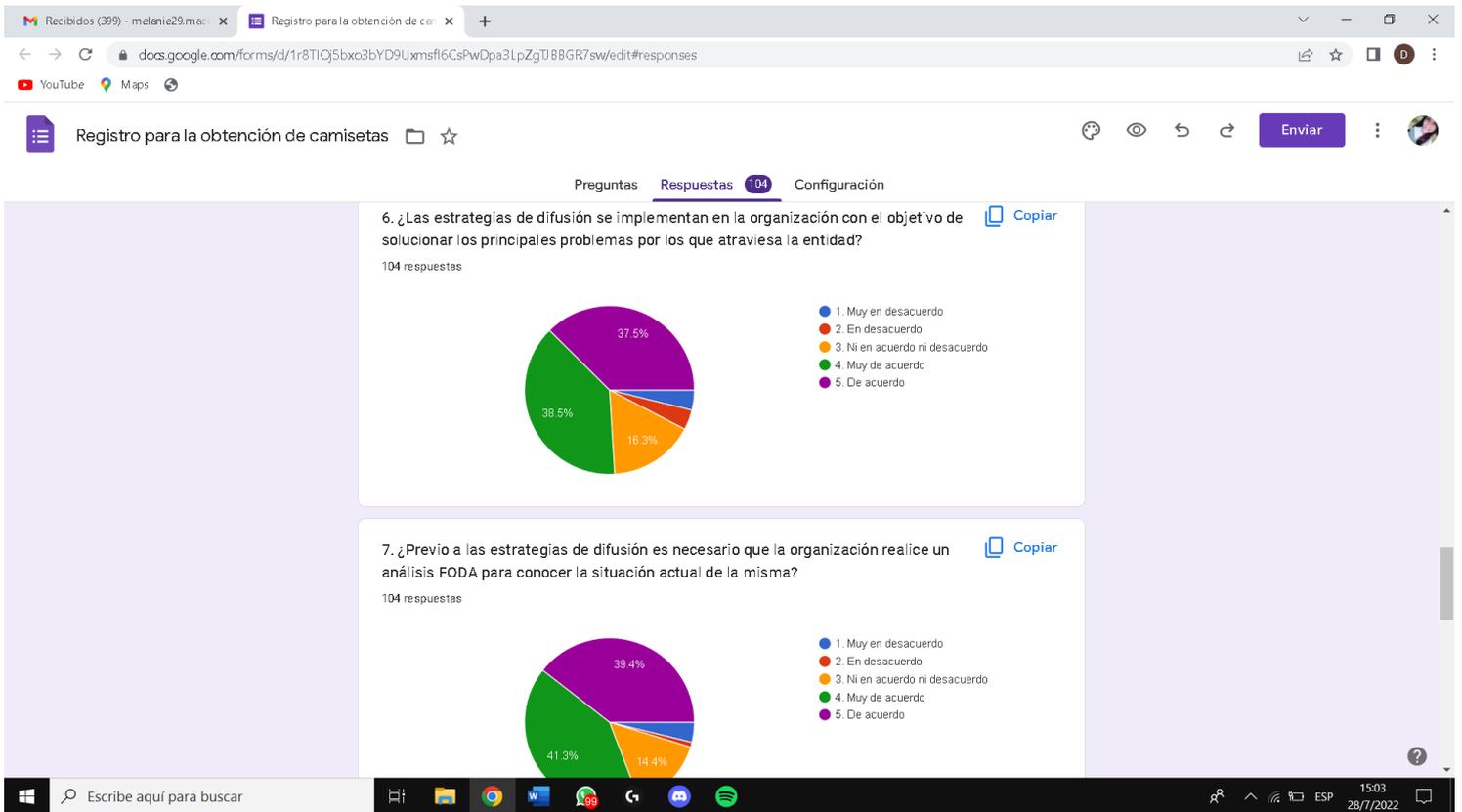
DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Macias Vergara Melanie Narcisa	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Redes sociales como estrategias de difusión de información de la Parroquia Chanduy, año 2022.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Cuestionario – Redes Sociales	
Objetivo:	Describir el uso de las redes sociales para la generación de estrategias de difusión de información, mediante la fan page de la parroquia Chanduy.	
Dirigido a:	Habitantes de la Parroquia Chanduy.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Gonzalo Javier Vera Vera.	
Documento de Identidad:	0928816107	
Grado Académico:	Cuarto Nivel - Maestría	
Especialidad:	Magíster en Periodismo – Mención en Periodismo Digital y Gestión de Proyectos Multimedia Lcdo. Comunicación Social	
Experiencia Profesional (años):	10 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
Sugerencia: Aplicar encuesta		


Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera
C, C: 0928816107

Anexo 5: Fotos- Aplicación de encuestas.







Preguntas Respuestas 104 Configuración



10. ¿El cambio constante de estrategias de difusión y los canales de comunicación permiten mejorar la imagen de la organización? Copiar

104 respuestas

