



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

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TEMA

**LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL DE LOS HABITANTES DE LA COMUNA
SINCHAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

AUTOR

HOLGER ANTHONY DOMÍNGUEZ DOMÍNGUEZ

TUTOR

LCDO. ÁNGEL ALBERTO MATAMOROS DÁVALOS, PHD.

DOCENTE ESPECIALISTA:

LCDO. WASHINGTON OSWALDO DUTÁN, MGTR.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

SUB - LÍNEA

COMUNICACIÓN COMUNITARIA

LA LIBERTAD, ECUADOR, SEPTIEMBRE 2022

TEMA:
**LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL DE LOS HABITANTES DE LA COMUNA SINCHAL DE
LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy gracias a Dios por permitirme estar aquí en este punto de mi vida estudiantil y así poder vivir buenas experiencias dentro de este lugar de estudio superior, agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por brindarme la oportunidad de formar parte de su comunidad universitaria y así adquirir todo el conocimiento necesario para ser un profesional en la comunicación, de igual manera agradecer a todos los docentes que de manera sabia han compartido sus conocimientos en las aulas de clases, así mismo al Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD. por acompañarme en las correcciones debidas de este trabajo de investigación al ser el docente tutor, también dar un agradecimiento especial a Dayana, Evelyn, David y Alisson, quienes me han brindado su amistad a lo largo de la carrera, finalmente un gran agradecimiento a todas las personas que forman parte la carrera de comunicación en la UPSE por ser partícipe de esta travesía estudiantil.

Holger Anthony Domínguez Domínguez

DEDICATORIA

Dedico de manera especial el presente trabajo de investigación a mis abuelos, Primitiva Barzola Laínez Y Mariano Domínguez Ángel, quienes han sido dos personas fundamentales tanto en mi vida personal como estudiantil, conté con ellos en mis estudios de colegio y así mismo cuento ahora en mis estudios universitarios, por brindarme su confianza y apoyo económico cuando estaba a punto de dejar la carrera y decirme que: “por esa simple razón yo no iba a retirarme de los estudios mientras ellos me puedan ayudar con el pasaje”, a mis padres por darme consejos y apoyo a lo largo de toda mi vida para superar varios obstáculos que se han presentado, a mi amigo Guillermo quien nunca se negó a llevarme en su bus sin costo alguno, soportando la fatiga de que le esté preguntando por su turno de salida.

Holger Anthony Domínguez Domínguez

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA 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, 26 de julio 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: **Holger Anthony Domínguez Domínguez** con cédula de identidad N° **0928559301**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el **Instructivo para la implementación de la Unidad de Integración Curricular – UIC**.

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: **Holger Anthony Domínguez Domínguez**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Proyecto de investigación: **Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la provincia de Santa Elena**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación. 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,

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Docente tutor



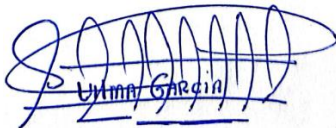
Trabajo Integración Curricular II

CI: 0913729257

Correo Institucional: amatamoros@upse.edu.ec

Cel: 0986049404

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

 <p>Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD. DIRECTORA CARRERA DE COMUNICACIÓN</p>	 <p>Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Mgtr. DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN</p>
 <p>Lcdo. Ángel Alberto Dávalos Matamoros, PhD. DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN</p>	 <p>Lcda. García González Vilma Maribel, Mgtr. DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN</p>
<p><i>Holger Domínguez</i></p> <p>Domínguez Domínguez Holger Anthony ESTUDIANTE</p>	

DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe: **Holger Anthony Domínguez Domínguez** con C.C: **0928559301**, 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: **Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la provincia de Santa Elena**. Corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 22 de Julio del 2022

Atentamente.



Holger Anthony Domínguez Domínguez

C.C: 0928559301

Correo institucional: holger.dominguezdominguez@upse.edu.ec

Cel: 0960492887

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR	V
DERECHOS DE AUTORÍA	VII
ÍNDICE DE CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	X
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN	1
1 CAPÍTULO I. FORMULACIÓN 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 Objetivos	4
1.5.1 General.....	4
1.5.2 Específicos	4
1.6 Hipótesis.....	5
1.7 Variable independiente.....	5
1.8 Variable dependiente.....	5
1.9 Variables de operacionalización.....	5
2 CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 Antecedentes	6
2.2 Marco conceptual	8
2.2.1 Redes sociales	8
2.2.2 Usabilidad	9
2.2.3 Comunicación	9
2.2.4 Impacto	10
2.2.5 Comunicación Organizacional.....	11

2.2.6	Funcionalidad.....	12
2.2.7	Efectividad	13
2.2.8	Manejo comunicacional	13
2.3	Marco Legal	15
2.3.1	(Declaración universal de derechos humanos, ONU, artículo 27, numeral 1, 1948)15	
2.3.2	(Convención americana sobre derechos humanos, OEA, artículo 13, numeral 1, 1969) 15	
2.3.3	(Constitución de la república del Ecuador, artículo 18, numeral 1, 2008)	15
2.3.4	(Ley orgánica de comunicación, Artículo 5 - 13 - 17, 2019).....	15
3	CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	17
3.1	Tipo de investigación	17
3.2	Enfoque de la investigación	17
3.3	Diseño de la investigación.....	17
3.4	Métodos de investigación.....	18
3.5	Técnicas e instrumentos de recopilación de datos	18
3.6	Universo, población y muestra.....	19
4	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	20
4.1	Procesamiento de la información	20
4.2	Análisis e interpretación de resultados.....	21
4.2.1	Análisis cuantitativo: Encuesta	21
4.2.2	Análisis cualitativo: Entrevista	31
4.3	Discusión de resultados.....	33
4.3.1	Discusión de la encuesta	33
4.3.2	Discusión de resultados de la entrevista	35
5	CONCLUSIONES.....	37
6	RECOMENDACIONES	38
7	BIBLIOGRAFÍA.....	39
8	ANEXOS.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Las redes sociales, Facebook e Instagram, según su usabilidad están impulsando un nuevo uso de los medios de comunicación	21
Tabla 2: Conforme a la usabilidad de las redes sociales, permiten un mejor manejo en la comunicación organizacional.....	22
Tabla 3: La evolución de medios ha posicionado a las redes sociales como una nueva herramienta de comunicación	23
Tabla 4: La adaptación a las redes sociales dentro del proceso de comunicación implica un buen manejo de las TIC para la fluidez de información en la comunicación organizacional	24
Tabla 5: El impacto de las redes sociales se ha manifestado de tal forma que ahora las mismas están inmersas en el área de emprendimientos locales como herramientas de comunicación más eficientes que los anuncios a través de los medios locales como el megáfono	25
Tabla 6: La funcionalidad de la comunicación organizacional se aplica al desarrollar habilidades como el manejo de redes sociales para la administración de la directiva comunal	26
Tabla 7: La comunicación externa en base a su funcionalidad permite un buen complemento entre dirigentes para un óptimo flujo de comunicación organizacional	27
Tabla 8: Para que la comunicación comunitaria muestre un alto nivel de efectividad debe ir de la mano con la comunicación organizacional	28
Tabla 9: La efectividad de la comunicación organizacional se mejor reflejada con el uso de las redes sociales que con los medios tradicionales con los que cuenta la localidad	29
Tabla 10: La hibridación de medios y redes sociales, como herramientas, permite un óptimo manejo de la comunicación organizacional mediante las herramientas virtuales como Facebook e Instagram.....	30
Tabla 11: Análisis de entrevistas	31
Tabla 12: Tabla de operacionalización de variables	44
Tabla 13: Instrumento de encuesta.....	46
Tabla 14: instrumento de entrevista	47
Tabla 15: Matriz de validación de contenido por juicio de expertos	49
Tabla 16: Ficha de evaluación del instrumento	51
Tabla 17: Validez de contenido del instrumento	53

ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES

Gráfico 1: Las redes sociales, Facebook e Instagram, según su usabilidad están impulsando un nuevo uso de los medios de comunicación.	21
Gráfico 2: Conforme a la usabilidad de las redes sociales, permiten un mejor manejo en la comunicación organizacional de la directiva comunal hacia los habitantes	22
Gráfico 3: La evolución de medios ha posicionado a las redes sociales como una nueva herramienta de comunicación	23
Gráfico 4: La adaptación a las redes sociales dentro del proceso de comunicación implica un buen manejo de las TIC para la fluidez de información en la comunicación organizacional	24
Gráfico 5: El impacto de las redes sociales se ha manifestado de tal forma que ahora las mismas están inmersas en el área de emprendimientos locales como herramientas de comunicación más eficientes que los anuncios a través de los medios locales como el megáfono.	25
Gráfico 6: La funcionalidad de la comunicación organizacional se aplica al desarrollar habilidades como el manejo de redes sociales para la administración de la directiva comunal ...	26
Gráfico 7: La comunicación externa en base a su funcionalidad permite un buen complemento entre dirigentes para un óptimo flujo de comunicación organizacional	27
Gráfico 8: Para que la comunicación comunitaria muestre un alto nivel de efectividad debe ir de la mano con la comunicación organizacional	28
Gráfico 9: La efectividad de la comunicación organizacional se mejor reflejada con el uso de las redes sociales que con los medios tradicionales con los que cuenta la localidad	29
Gráfico 10: La hibridación de medios y redes sociales, como herramientas, permite un óptimo manejo de la comunicación organizacional mediante las herramientas virtuales como Facebook e Instagram.....	30

RESUMEN

Las redes sociales en la comuna Sinchal no están siendo utilizadas como herramientas comunicativas entre habitantes y directiva comunal, para este fin se usan netamente los medios tradicionales que a pesar de ser buenas herramientas no siempre demuestran efectividad, de esta manera se da a notar una falencia en la comunicación organizacional, por ello se trata de identificar cuál es el uso que se les da Facebook e Instagram en la comuna Sinchal y determinar si la usabilidad de éstas herramientas causará un buen impacto en la comunicación organizacional de los habitantes. En base a esto se utilizó la metodología básica y enfoque de investigación de modelo mixto, a su vez el diseño descriptivo no experimental y con el fin de lograr la interacción de la muestra en la investigación se optó por el método de investigación de campo y documental. Así pues, los resultados obtenidos demostraron que las redes sociales si se usan para varios ámbitos como el emprendimiento local y la educación, al mismo tiempo se demostró que en el sistema de comunicación organizacional si hace falta una página oficial en Facebook e Instagram además de una persona encarga de monitorearla. Las redes sociales son actualmente una de las herramientas que más se usan para el sistema comunicativo, es así que mediante una hibridación de los medios tradicionales se pueden obtener mejores resultados en cuanto a la comunicación organizacional.

Palabras claves: Redes sociales, Facebook, Instagram, comunicación organizacional, medios tradicionales,

ABSTRACT

Social networks in the Sinchal commune are not being used as communicative tools between inhabitants and communal directive, for this purpose traditional media are used, despite being good tools, they do not always demonstrate effectiveness, in this way it is noticed a lack in organizational communication, therefore it is to identify what is the use given to Facebook and Instagram in the Sinchal commune and determine whether the usability of these tools will cause a good impact on organizational communication of the inhabitants. Based on this, the basic methodology and mixed model research approach was used, in turn the non-experimental descriptive design and in order to achieve the interaction of the sample in the research, the field and documentary research method was chosen. Thus, the results obtained showed that social networks are used for several areas such as local entrepreneurship and education, at the same time it was demonstrated that in the organizational communication system there is a need for an official page on Facebook and Instagram as well as a person in charge of monitoring it. Social networks are currently one of the most used tools for the communication system, so that through a hybridization of traditional media, better results can be obtained in terms of organizational communication.

Key words: Social networks, Facebook, Instagram, organizational communication, traditional media.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se denomina las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la provincia de Santa Elena.

La investigación es realizada conforme a las líneas y sublíneas de investigación de la carrera, mismas que van conforme a las normativas establecidas dentro de la Universidad, la temática acota la importancia de informar a la comunidad acerca de la gestión administrativa que el cabildo comunal realiza, y es que, a pesar de contar con métodos de difusión tradicionales, con el paso del tiempo y el crecimiento de la población, estos no cumplen con eficacia su objetivo primordial, es así que mediante el uso de las redes sociales (Facebook y WhatsApp) se obtienen nuevos soportes comunicacionales para transmitir información hacia los moradores, logrando que la comunicación organizacional se cumpla satisfactoriamente en sus campos internos y externos.

El presente trabajo de investigación se aplicará en un enfoque de modelo mixto; se consideró este enfoque debido a que es necesario acotar las directrices cuantitativas y cualitativas para tener en cuenta el conocimiento de las redes sociales como medio de comunicación en los habitantes de la comuna Sinchal.

El diseño a plantear será de carácter descriptivo, esto se busca detallar de una mejor manera las variables: redes sociales y comunicación organizacional. Se contará con la fuente de investigación documental.

En la investigación se tomará como población a la comuna Sinchal ubicada al norte de la provincia de Santa Elena la cual cuenta con aproximadamente 5000 habitantes organizados de manera barrial. Como muestra se consideran 30 personas, aplicando criterios de inclusión y exclusión, la principal fuente a considerar para la investigación será el cabildo comunal actual y moradores al azar. La técnica que se emplea es muestreo no probabilístico por conveniencia. La técnica de recolección de datos a aplicar es la encuesta con una escala de Likert y la entrevista.

Y para culminar se procede al análisis y discusión de los resultados obtenidos mediante las técnicas de recolección de datos.

Al realizar el presente se propuso como objetivo general: Conocer como las redes sociales y su proceso de adaptación hacia los habitantes de la comuna Sinchal ha afectado o beneficiado a la comunicación organizacional interna de la localidad para dar sugerencias de mejoramiento de uso. A su vez, se plantearon tres objetivos específicos: Identificar cual es el uso que se da mayormente a las redes sociales entre los habitantes; Indagar, cómo la comunicación interna de la comunidad se ha visto afectada de manera positiva o negativa y Establecer nuevas estrategias comunicacionales para el uso de redes sociales que beneficien su uso organizacional.

El desarrollo de este documento se llevó a cabo con la realización de cuatro capítulos, cuya estructura esta detallada de la siguiente manera: en el Capítulo I encontramos la descripción del problema que es en donde se proyecta a detalle la problemática a tratar en cuanto al uso de las redes sociales y su beneficio a la comunicación organizacional, a partir de esto tenemos esta la formulación del problema, las preguntas de investigación, la justificación, los respectivos objetivos tanto generales como específicos, la hipótesis y las variables de investigación que son independiente, dependiente y matriz de variables operacionales.

En el contexto del Capítulo II se desarrollan los antecedentes que parten con criterios internacionales, acompañados de citas nacionales y locales que van relacionados con el tema que se está abordando, cuenta con el desarrollo del marco conceptual y a su vez del marco legal.

El Capítulo III enfoca la metodología a emplear en el transcurso de la realización, detallando del tipo de investigación, mostrando las técnicas e instrumentos que vamos a utilizar con los enfoques, diseños y métodos de investigación, así mismo, las técnicas e instrumentos de recolección de datos que serán aplicadas al universo, población y muestra

Para culminar está el Capítulo IV que enmarca los detalles en cuanto a los resultados obtenidos mediante los instrumentos aplicados, se menciona el procesamiento de la información, el análisis e interpretación de resultados y finalmente la discusión de resultados.

1 CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

La falta de conocimiento en Sinchal acerca del uso que se les pueden dar a las redes sociales es un limitante que impide sacar el máximo provecho comunicacional que este medio virtual tiene para ofrecer, limitándose al uso netamente de medios comunitarios tradicionales que, de acuerdo a varios factores, demuestran o no la eficiencia comunicacional en la localidad.

Por lo general el uso que se les da a las redes sociales como Facebook e Instagram es solo para entretenimiento, no existe como tal un uso formal en cuanto a comunicados de la directiva comunal ya sea de manera interna entre los mandos de la organización o de externa hacia los habitantes, para así mantener un buen nivel de comunicación organizacional en general.

Con los métodos comunitarios tradicionales pueden existir falencias en el sistema comunicativo interno y externo, con el uso de las redes sociales los resultados serían más positivos para que así los dirigentes brinden la información de manera general e inmediata, a su vez la comunicación organizacional fluya entre todos los habitantes de la comuna Sinchal.

1.2 Formulación del problema

En tal sentido se ha planteado la siguiente interrogante de investigación:

- ¿Cómo contribuyen las redes sociales, Facebook e Instagram, en la comunicación organizacional?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuál es el uso que se da a las redes sociales, Facebook e Instagram, por parte de los habitantes?
- ¿De qué manera se ha visto afectada la comunicación organizacional en la comunidad?
- ¿Qué estrategias comunicacionales se pueden implementar para que el uso de las redes sociales beneficie a la organización comunal?

1.4 Justificación

Debido a la necesidad de saber cómo Facebook e Instagram han intervenido en la comunicación de la comuna Sinchal, el presente trabajo de investigación de enfocará en buscar la información necesaria para determinar las fallas o el uso que se les da a estas redes sociales, ya sea para la comunicación general entre habitantes, para la comunicación interna y/o la comunicación organizacional.

En tal sentido, Facebook e Instagram, no son tomados como herramienta de comunicación eficiente entre los habitantes de la localidad, es así que aún depende netamente del uso de medios comunitarios tradicionales para informarse acerca de temas referente a la comunidad, haciendo uso de megáfonos o comunicados escritos repartidos de casa en casa, más bien estas herramientas virtuales son usadas con fines de entretenimiento, las cuales tienen el potencial de facilitar un proceso comunicativo y difundir información a toda la comunidad de manera general y más rápida.

Po ello, se podrá implementar sugerencias para el uso correcto en cualquier ámbito en que se las aplique, como los formatos, calidades, planos, paratextos, etc., con el fin de que se tenga conocimiento del objetivo general por el cual se crearon las redes sociales, que es mantener comunicados a un grupo de personas no necesariamente de manera presencial.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

- Identificar la manera en las que las redes sociales han afectado o beneficiado a la comunicación organizacional en los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.

1.5.2 Específicos

- Identificar cual es el uso que se da mayormente a las redes sociales entre los habitantes.
- Indagar, cómo la comunicación organizacional de la comunidad se ha visto afectada de manera positiva o negativa.
- Establecer estrategias comunicacionales para que el uso de redes sociales beneficie el uso organizacional.

1.6 Hipótesis

La usabilidad de las redes sociales causará un buen impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.

1.7 Variable independiente: Redes sociales

“Las redes sociales son un servicio que facilita la comunicación entre las personas, ya sea que se conozcan o no. Esta red también funciona como medio de comunicación, ya que se pueden subir videos expresando opiniones y formas de pensar” (Diaz & Gutierrez, 2020).

1.8 Variable dependiente: Comunicación organizacional

La comunicación organizacional, se da naturalmente en toda institución, particularmente en las de salud, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar a la misma sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre la misma organización y su medio. (Segredo, García, López, León, & Perdomo, 2017)

1.9 Variables de operacionalización

La sección correspondiente en este apartado se encuentra detallada en el anexo 2.

2 CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Las redes sociales son un gran aporte para la comunicación en la época actual, por medio de estas el proceso comunicativo tiene hasta cierto punto mejor facilidad para completar su proceso, (Maya-Jariego & Holgado, 2017) en artículo de revista denominado 7 ejemplos de intervención basada en redes nos menciona que:

La aplicación de las redes sociales implica un proceso en donde se aplican de tal manera que demuestran un gran flujo social el cual se puede dividir de acuerdo a los grupos y comunidades para mejorar el apoyo social interno y así administrar mejor las organizaciones demostrando interactividad entre integrantes de la comunidad (p. 147).

La idea principal de este párrafo es demostrar cuan eficiente han sido las redes sociales en el ámbito de la comunicación entre grupos e individuos de distintas comunidades, estas han sido beneficiosas para facilitar el proceso de la comunicación a distancia permitiendo una colaboración mutua entre todos los participantes y es que, desde su creación, las redes sociales han tenido eso como objetivo, han facilitado la comunicación a distancia entre habitantes.

Dentro del amplio mundo de las redes sociales, también existen otros tipos de uso que se les pueden dar ya que su alcance es de manera masiva y de forma inmediata, (Brunno, Laplace, & Malvestitti, 2018) En el desarrollo de su tesis “La influencia de las redes sociales en la constitución subjetiva de los adolescentes” nos dice que:

La definición de las redes sociales también se enmarca desde otro tipo de vista por profesionales de la psicología, demostrando lazos ya sea de manera directa o indirecta pero que logren conectar a más personas a lo largo del mundo, puede ser esto de manera formal o informal, pero siguiendo una estructura social ya definida, la interacción entre personas también es un punto importante a resaltar ya que con ella podemos dejar un rastro que luego servirá como retroalimentación (p. 21).

En este párrafo se recalca cuán importante son los lazos comunitarios para vincularse entre sí, de esta manera agiliza la comunicación organizacional dentro de la comunidad, a partir de esto las redes sociales entran en el ambiente de la comunicación para facilitar la interacción entre personas, con instituciones ya sea de formal o informal manteniendo un feedback, así

pues, se puede contar con todo el tiempo con la ayuda de las redes sociales para la comunicación comunitaria.

Las redes sociales han conseguido que la comunicación de un paso más a la actualidad evolucionando junto con el desarrollo tecnológico pero sin dejar a un lado el concepto de comunicación, (Moncayo, 2018) En su artículo Análisis de generaciones y o Millenials, Z o actuales y frontera de estudio en el comportamiento del uso de las redes sociales, indica: que es importante mantener una enseñanza de comunicación personal y comunitaria, de esta manera se logran generar lazos al demostrar los sentimientos como la amistad, trabajo en equipo, para esto las redes sociales servirán de complemento (p. 5)

No obstante a todos los beneficios que se recalcan de las redes sociales en cuanto a la comunicación comunitaria, hay quienes afirman que tiene su lado un poco negativo y es que también es importante la comunicación personal de manera directa y orgánica, para mostrar nuestras reacciones por lo cual es importante tenerlo en cuenta, dentro de una comunidad por lo general el mayor uso de las redes sociales se da entre personas jóvenes los cuales en su mayoría solo les dan uso de ocio, es por esto que hay que considerarlas como una herramienta de comunicación y no depender netamente de estas.

Las redes sociales surgen como la necesidad de conocer personas en un mundo que avanza en tecnología, a su vez son de manera masiva por lo que su mal uso también puede tener consecuencias, (Parra Meza, 2019) En su trabajo de titulación expresa que: Las redes sociales tienen como objetivos alcanzar masas y conocer nuevas personas de manera digital y es así como se adaptan al mundo cambiante incluso al proceso comunicativo, evolucionando como un medio de comunicación más que conecta a una red de personas que pueden ser personas de una misma comunidad en donde pueden interactuar entre sí (p. 26).

A pesar de que puedan tener un lado negativo, no hay que olvidar el objetivo en sí, recalcar también que a lo largo de los años las redes sociales son las que han ido evolucionando el sistema de comunicación en masas, en el ámbito de la comunicación organizacional facilitan la interacción mediante una red comunitaria en donde los integrantes pueden mantener una interacción constante unos a otros.

(Dominguez, 2017) Dentro de su trabajo de titulación: Análisis de comunicación organizacional en el ámbito artesanal de la comuna Sinchal, de la parroquia Manglaralto, del cantón Santa Elena, de la provincia de Santa Elena periodo 2016-2017, acota que:

La comunicación en su proceso de adaptación a la actualidad se ha denominado como la comunicación 2.0, marcando una evolución positiva hacia la comunicación organizacional, de esta manera alcanza los objetivos de ser eficaz, eficiente y que sea de conveniencia para todas las organizaciones en donde sean aplicadas, también se recalca la importancia de gestionar las herramientas de comunicación para darles un uso favorable dentro y fuera de la empresa jugando aquí un papel importante el profesional de la comunicación (p. 42).

Con el pasar de los años se van inventando nuevas tecnologías y con esto también hace que las personas vayan a la par, adaptándose al medio con el que todos están interactuando, la conocida comunicación 2.0 que es la digital, precisamente ha llevado consigo la evolución de los medios adjuntando aquí también el progreso positivo de la comunicación organizacional marcando siempre el papel fundamental que juegan las redes sociales para la comunicación dentro de una institución, en este caso la comuna Sinchal.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Redes sociales

Las redes sociales son unos de los principales canales de comunicación, gracias a ellas se facilita el proceso comunicativo entre personas. Kahne & Bowyer (2018): resaltan que el uso de las redes sociales es muy importante de comprender, como la forma en la que sean aplicadas para que se consideren medios de comunicación (pág. 471). Debido a la libertad de publicación, estos medios se han convertido en uno de los medios de comunicación preferidos ya que segmenta información de acuerdo a nuestros gustos.

Dentro del amplio mundo de las redes sociales existen ciertas ventajas o características por las que su uso se vuelve factible además de beneficioso incluso para la política comunitaria y designación de nuevos cabildos comunales:

La comunicación se beneficia de nuevas plataformas digitales relativamente nuevas, las cuales llegan para facilitar el proceso comunicativo dentro de organizaciones mediante procesos democráticos, traen consigo beneficios como el de traspasar barreras que sesgan

información por medios tradicionales, además de que la participación de la comunidad es de carácter abierto, cualquier persona que guste interactuar lo podrá hacer, en caso de la propagación de información falsa también se puede corregir de manera inmediata mediante comunicados oficiales (Santos, Lelkes, & Levin, 2021, pág. 1).

En el contexto en el que se usen, estas permiten una amplia variedad de opciones dentro del campo comunicativo que de cierta forma benefician la interacción entre personas a través de elementos multimedia con la finalidad de brindar una mejor experiencia al segmentar los intereses de cada uno de los usuarios de las redes sociales.

2.2.2 Usabilidad

Dentro de este ámbito comunicativo y relacionado a las redes sociales, el termino usabilidad lo adaptamos a nuestro contexto, ya que este es fácilmente seleccionable de acuerdo a lo que nos vamos a enfocar: El uso de las redes sociales implica maneras de facilitar, aprender y utilizar estas nuevas herramientas comunicativas que den como resultado un buen uso (Cortez, 2021, pág. 4). En este caso la usabilidad será ejecutada en sitios webs y/o aplicaciones móviles de redes sociales, con eso determinar su particularidad y sus beneficios hacia la comunidad en el ámbito de la comunicación.

Para que la usabilidad cumpla sus propósitos de manera eficaz se debe considerar que:

La usabilidad de las redes sociales se convierte en uno de los atributos importantes para la aplicación de estas herramientas en un amplio mundo de necesidades, como la laboral, industrial, entretenimiento e incluso la comunicativa, independientemente el uso que se den a las redes sociales hay que mantener en cuenta el objetivo al que queremos llegar y al público al que va dirigido (Chanchí, Gómez, & Campo, 2020, pág. 461).

Las redes sociales tienen como objetivo general enlazar personas mediante la comunicación de sus plataformas, el uso que se les dé a estas va a depender del ámbito en el que se las quiera usar, de ahí va a notarse la efectividad, eficiencia y satisfacción.

2.2.3 Comunicación

A lo largo del tiempo las definiciones del termino comunicación han ido evolucionando y adaptándose a las herramientas actuales. La comunicación necesita obligatoriamente ligar su

uso a profesionales en la materia para identificar falencias o divulgaciones falsas de manera irresponsable ya que su consumo va dirigido a todo público (Rodríguez, 2019, pág. 9). Existen varias formas de expresar nuestras ideas y compartirlas como el lenguaje corporal, el lenguaje de señas, lenguaje sonoro, entre otros, pero el objetivo se cumple, de transmitir información, en esta época las redes sociales han tomado el papel de medio de comunicación en donde la creación de productos comunicacionales para todo público se ha convertido en objetivo.

Al referirnos de la comunicación organizacional, la comunicación debe cumplir con unas características para que fluya de manera organizada y eficaz, Guaiana (2019) menciona: en la actualidad con la existencias de estas herramientas es importante dar un saldo de evolución para el uso de herramientas tecnológicas (pág. 5). La importancia de los términos recalca su eficacia, la comunicación aleatoria muchas veces puede generar una alteración de la información que posteriormente llevaría a más problemas, uno de los puntos negativos es que la información en redes sociales se difunde de manera libre sin medir algún tipo de consecuencias. sin embargo, se puede evitar este caos solo aceptando información de fuentes oficiales.

2.2.4 Impacto

El grado de impacto que tengan las redes sociales es relevante para saber cuál es el mayor uso que se las está dando dentro de una comunidad:

Con la llegada del internet y nuevas herramientas de uso tecnológico, la información ha logrado tener más público objetivo interactuando incluso en ámbitos internos de la vida diaria de las personas, de esta manera es que surgen empresas que desarrollan nuevas redes sociales esperando su uso por parte de los usuarios, las redes sociales se han sabido ganar su posición como medios de comunicación ya que cada perfil está acorde a nuestros gustos y estilo de vida, siendo así un conector entre las personas y la comunicación logrando mayormente eficiencia (Hugo, Jimenez, Holovatyi, & Lara, 2020, pág. 175).

Al referirnos a una empresa, en este caso nos referimos a la comunidad en donde las redes sociales estén mostrando su impacto para facilitar el proceso comunicativo entre los distintos moradores o entre las directivas, organizando así una comunicación ascendente y/o descendente.

Al momento de la comunicación, las redes sociales juegan un papel importante, puesto que logra una interacción entre personas que no necesariamente deben estar de manera presente y es que:

Junto con la llegada del internet y las herramientas tecnológicas, llega también el uso de las TIC incorporando a las redes sociales dentro de su campo de acción y herramientas, las cuales pueden ser utilizadas como en contextos educativos, psicológicos, políticos y organizacionales que permiten abordar diversos campos que sirvan de fundamentos para un nuevo desarrollo social (Barón, Duque, Mendoza, & Quintero, 2021, pág. 126).

Dentro del impacto que pueden tener, también se considera varios aspectos de cómo están siendo utilizadas en beneficio de la organización (comunidad), puesto que tenemos un mundo de información al alcance de nuestras manos con solo un clic.

2.2.5 Comunicación Organizacional

Teniendo ya en cuenta el concepto de comunicación, la manera en la que esta se organiza también es de vital importancia pues para su manejo dentro de la comunidad existen procesos que ayudan a sea más factible, Aguirre (2018) acota lo siguiente:

La comunicación organizacional es aquella que favorece a integrantes de una institución y les permite interactuar de manera ágil entre sí, se la utiliza como mecanismo para desarrollar información relevante dentro de la organización, facilita el proceso de comunicación y el flujo de información de manera interna en los integrantes de la institución (pág. 13).

En base a este párrafo encontramos la importancia de mantener la comunicación organizada ya que de otra manera podría causar malos entendidos y dispersión de información errónea dentro de una organización.

La comunicación organizacional dentro del contexto de las redes sociales es significativa ya que, mediante esta, podremos relacionar un modelo de comunicación como el descendente, es decir, que los dirigentes comunales hagan interacción con los demás miembros, La comunicación organizacional es importante ya que consigue sus objetivos y la de los integrantes para mejorar una reputación que es brindada a los públicos de interés (Cabrera, 2015, pág. 32). Partiendo de esta premisa, para la comunicación es importante conseguir sus objetivos de circular la información de la manera en que se debe.

2.2.6 Funcionalidad

La funcionalidad objetiva de las redes sociales dentro de la comunicación organizacional va a depender del uso y ámbito en el que se estén desarrollando.

En el marco de la comunicación organizacional están la comunicación interna y la externa, la interna es aquella que va direccionada entre los gerentes de una institución y la externa hacia los demás integrantes, la funcionalidad de la comunicación organizacional se verá reflejada en el manejo de redes sociales y de cómo se las aplique para el beneficio de las personas, servirán de herramientas para lograr una comunicación interna y/o externa (Oyarvide, Reyes, & Montaña, 2017, pág. 299).

Si nos situamos en un tiempo actual, la manera más preferida de comunicación es mediante las redes sociales y su funcionalidad puede facilitar el proceso, por ejemplo, en la comunicación interna y/o externa de una comunidad, dejar a un lado los megáfonos para anuncios locales, que viendo desde otra perspectiva no son del todo eficaces y optar por las nuevas herramientas que se ofrecen en las redes sociales.

Sabemos que las redes sociales están funcionando de manera correcta al monitorear que la comunicación interna entre pobladores mejora, de todas formas, la funcionalidad de estas redes depende de varios aspectos comunicativos.

La comunicación depende de los elementos que la componen, y articularlos implica un manejo efectivo de comunicación ya sea de manera verbal, escrita, lenguaje de señas, sonoros, entre otros tipos de comunicación; las redes sociales implican un manejo tecnológico con responsabilidad, si bien es cierto las redes sociales tienen un objetivo de conectar gente a través de la red de internet, usarlas de manera inapropiada es un delito que incluye violación a la privacidad, integridad, intimidad, etc., siendo así que el manejo comunicativo oficial es cedido a personas profesionales de comunicación, dentro de una organización existen políticas de privacidad por lo cual el manejo de información ser oportuna y veraz (Manotas, 2018, pág. 10).

Las maneras de comunicarnos son distintas, pero a pesar de todo hay que considerar que la forma comunicativa que apliquemos debe estar direccionada a todo público y esta sea entendible, es por esto que actualmente existe una hibridación de medios con los cuales podemos adaptar los productos comunicacionales para todo tipo de público.

2.2.7 Efectividad

Otro de los puntos a investigar es la efectividad que tiene la comunicación organizacional en las comunas mediante las redes sociales, por ejemplo, si se logró el objetivo de una citación o un comunicado a la comunidad y la herramienta con la que esta se haya dado. Los medios de comunicación comunitarios tradicionales se ubican en distintas posturas de acuerdo a el uso que se le aplique, de esta manera su efectividad va a depender del manejo que se aplique (Lopera, 2019, pág. 73). Siguiendo con el ejemplo de una reunión comunal, dependiendo del medio y el contexto que se haya dado, si la mayoría de gente acude a la reunión es porque tuvo buena efectividad.

Para que un proceso concluya satisfactoriamente se debe tener en cuenta el medio en el que se publicó, si este salió de manera local como una citación física tradicional, es común que no sea recibido por todos, sin embargo, hay medios de comunicación comunitaria.

Las radios comunitarias, así como los demás instrumentos de divulgación de información en las comunidades, cumplen con un objetivo social y por lo general están anejadas por organizaciones sin fines de lucro o personas dirigentes, la característica que los resalta es que buscan que los habitantes tengan interactividad y participación entre sí, la afectividad va a depender de varios factores que se consideran en cada una de las locaciones (Lema, 2015, pág. 1).

Por lo general las llamadas radios comunitarias también se las conocen no oficialmente como voz de los techos, y las televisiones en este campo de redes sociales, canales online que dan a conocer avances realizados por un cabildo mediante su mandato.

2.2.8 Manejo comunicacional

Ya sea en la posición o el ámbito en el que se haya dado la comunicación se debe saber su efectividad, y para esto también es importante el manejo que se les dé, si se las ha estado usando para información, entretenimiento y en algunas ocasiones como herramienta de emprendimiento. Santana (2021) acota lo siguiente:

Con el pasar de los años y la aparición de las nuevas herramientas tecnológicas junto a las redes sociales, se pudo observar un aumento significativo del uso de medios de comunicación digitales, el manejo que se les da puede ser de forma laboral, entretenimiento y comunicativo, el tráfico de usuarios que se maneja dentro de las redes

sociales hacen que sean un medio perfecto para difundir información y llegar a masas, de esta manera se acoge el término de hibridación de medios, el algoritmo de las redes sociales facilita el proceso comunicativo incluso en tiempo real, logrando una mejor comunicación entre emisor y receptor sin la necesidad de que estén ambos de manera presencial (pág. 15).

Con el pasar de los años el aumento del uso de las redes sociales se ha dado a notar, al hablar del manejo de las mismas para la comunicación comunitaria se puede considerar el uso de fanpages en estas redes sociales y así lograr un mejor manejo de la comunicación en general.

La manera actual de usar los medios de comunicación va evolucionando junto con el mundo, al mismo tiempo la comunicación comunitaria debe adaptarse al nuevo sistema de medios, los cuales son las redes sociales.

La comunicación organizacional y las redes sociales deben tener una gestión adecuada y responsable, toda organización debe acoplarse al mundo actual cambiante, de esto va a depender que su efectividad comunicativa siga siendo la misma, además de tener en cuenta varios aspectos como transmitir igualdad entre mandos de una organización y los demás integrantes, resaltando así el proceso comunicativo ascendente, descendente, interno y externo, que y todos se motiven a comunicarse y relacionarse (Charry, 2018, pág. 2).

De esta manera se podría acotar que así mismo como la comunicación comunitaria a través de las redes sociales y comunicación organizacional, logran una hibridación de medios para adaptarse así al mundo actual cambiante, cambiando el sistema tradicional por el sistema de redes sociales en donde su manejo, efectividad y funcionalidad den un resultado positivo a la comunicación interna de la localidad.

2.3 Marco Legal

2.3.1 (Declaración universal de derechos humanos, ONU, artículo 27, numeral 1, 1948)

1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.

2.3.2 (Convención americana sobre derechos humanos, OEA, artículo 13, numeral 1, 1969)

Artículo 13. Libertad de Pensamiento y de Expresión

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2.3.3 (Constitución de la república del Ecuador, artículo 18, numeral 1, 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.

2.3.4 (Ley orgánica de comunicación, Artículo 5 - 13 - 17, 2019)

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

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

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

El objetivo de este marco se centra en la necesidad y derecho de participación de cada individuo que busca ser considerado en las decisiones que la dirigencia comunal efectúa en beneficio de la comunidad, se fundamenta además en el derecho de recibir información pertinente, oportuna y adecuada así como al derecho de libertad de pensamiento y expresión que permite producir y difundir información a través de los medios pertinentes y bajo cualquier forma comunicacional respetando los límites establecidos por la ley.

3 CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

El fin de la investigación es de tipo básica ya que se realizará la indagación con el fin de analizar el uso de las redes sociales y cómo afecta o beneficia a la comunicación organizacional local. Álvarez (2020) define a la investigación básica: “Cuando la investigación se orienta a conseguir un nuevo conocimiento de modo sistemático, con el único objetivo de incrementar el conocimiento de una realidad concreta” (pág. 3). Debido al avance tecnológico y posicionamiento de las redes sociales, se vio en la necesidad de adquirir información de cómo se está llevando este punto.

3.2 Enfoque de la investigación

El presente trabajo de investigación aplica un enfoque de modelo mixto, Otero (2018) define al enfoque mixto como: “El proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio” (pág. 19). Se consideró este enfoque debido a que es necesario acotar las directrices cuantitativas y cualitativas para tener en cuenta el conocimiento de las redes sociales como medio de comunicación en los habitantes de la comuna Sinchal.

3.3 Diseño de la investigación

El diseño a plantear será de carácter descriptivo: “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 92). Con esto se espera detallar de una mejor manera las variables tanto la independiente: redes sociales como la dependiente: comunicación organizacional.

Al mismo tiempo la investigación será de diseño no experimental ya que el investigador no va a intervenir de manera directa en la investigación, Sampieri (2014) define que: “un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza” (pág. 152). De esta manera solo se busca recopilar información a través de las herramientas seleccionadas para posteriormente su análisis, sin necesidad de que el investigador se involucre.

3.4 Métodos de investigación

Para este documento se contará con la investigación de campo debido a que se quiere conocer la opinión de las personas que habitan en la comuna, “la investigación de acción o de campo es aquella en donde se motiva a los participantes afectados a involucrarse con la investigación para encontrar las causas y proponer soluciones a la problemática, su participación será fundamental” (Guerrero, 2015, pág. 9). Por tanto, se busca la interacción de los habitantes para saber que piensan acerca de las redes sociales en cuanto a la comunicación en Sinchal.

Para la presente investigación se contará con la fuente de investigación documental, es así que Vara (2012) define: “El diseño documental siempre se preocupa por la fidelidad de información” (pág. 207). Las redes sociales actualmente son un medio de comunicación que son usados por muchas personas, sin embargo, el uso no siempre es el mismo es así que la comunicación organizacional dentro de Sinchal puede variar y demostrar efectividad de acuerdo al contexto y medios a utilizar para la comunicación.

Inductivo

Con el fin de partir desde el uso de redes sociales en los habitantes hacia manera en la que estas herramientas intervienen en la comunicación de la comunidad, el enfoque será de tipo inductivo, Sampieri (2014) define al método inductivo como la “manera de explorar y a su vez hacer una descripción para dar a conocer perspectivas en cuanto al tema de manera teórica, partiendo desde lo particular a lo general” (pág. 8). Facebook e Instagram son herramientas en las que la comunicación de Sinchal se puede apoyar para verse beneficiada.

3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

La técnica de recolección de datos a aplicar es la encuesta, “Las encuestas permiten estandarizar los datos para un análisis posterior, obteniendo gran cantidad de datos a un precio bajo y en un corto periodo de tiempo” (Torres, Paz, & Salazar, 2019, pág. 4). Para realizar la encuesta se cuenta con un banco de preguntas con el tema: “Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.”, así pues, este método de recolección de datos va de la mano con un instrumento que corresponde al cuestionario de preguntas estructuradas con una escala de Likert de: Muy en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo, muy de acuerdo.

Al ser la investigación de carácter mixto se aplica también una entrevista como un método más de recolección de datos, “Es un método cómodo para obtener datos referentes a la población, facilitados por individuos y que nos sirven para conocer la realidad social. Estos datos podrían observarse directamente a través de la observación, pero serían subjetivos de los investigadores” (Torres, Paz, & Salazar, 2019, pág. 13). Así mismo el instrumento que detalla a esta entrevista está conformado por una serie de preguntas estructuradas que serán aplicadas a profesionales de la comunicación y a profesionales en admiración de redes sociales.

3.6 Universo, población y muestra

En la investigación se tomará como población a la comuna Sinchal ubicada al norte de la provincia de Santa Elena, así mismo Vara (2012) menciona: “La población es el conjunto de sujetos o cosas que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo” (pág. 221). La comuna Sinchal cuenta con aproximadamente 5000 habitantes según informes de la dirigencia barrial, los cuales se encuentran organizados de manera barrial, recalcar también que la técnica que se emplea es muestreo no probabilístico por conveniencia.

Se tomará como muestra 120 personas de la comuna más 5 de la dirigencia comunal, con un total de 125 individuos que serán parte del estudio, la principal a considerar para la investigación será el cabildo comunal actual, Vara (2012) acota que: “La muestra (n), es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional, siempre parte de la población. Si se tienen varias poblaciones, entonces se tendrán varias muestras” (pág. 221). Siendo así, la muestra a detalle es: el cabildo comunal conformado por 5 personas, de igual manera se tomará en cuenta las personas que habitan en los 12 barrios de la comunidad, tomando en cuenta a 10 personas por cada barrio.

Para la selección de la muestra se tomaron en cuenta criterios de inclusión y exclusión. Inclusión: Se tomó en cuenta a la directiva comunal conformada por 5 personas, Presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y sindico, ya que son las personas a cargo de los medios de comunicación tradicionales, adicional a esto, se tomarán a 120 personas al azar, que detalladamente son 10 personas representativa de cada barrio. Exclusión: no se tomará en cuenta a los demás habitantes debido al gran número de la población y por la ausencia por motivos laborales.

4 CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Procesamiento de la información

Para realizar el proceso de recolección de datos se siguió una serie de pasos detallados que consistían primero en el análisis del método de investigación para determinar los diferentes tipos de herramientas de recolección de datos que se aplicarían en esta investigación, es así que mediante el contexto de las redes sociales y la comunicación organizacional en Sinchal, se optó por el modelo mixto, cualitativo y cuantitativo, por ende, se escogieron los métodos de entrevista y encuesta, ambas herramientas serán aplicadas de modo virtual.

Una vez aprobados los métodos de recolección de datos, se escogió la herramienta de Google forms para detallar las preguntas de la encuesta, que mediante un enlace se enviarían por medio de WhatsApp a las personas seleccionadas para aplicar la encuesta, cada pregunta cuenta con su apartado de opciones múltiples correspondientes a la escala de Likert seleccionada, por otro lado, en el tema de la entrevista, las preguntas se realizaron también vía WhatsApp mediante una conversación directa con el entrevistado.

Finalmente, se procedió a hacer el análisis de las entrevistas obtenidas mediante audios; para la tabulación de resultados cuantitativos se escogieron las preguntas de mayor relevancia y se siguió utilizando la herramienta de Google forms, pero esta vez en la sección de resultados donde ya constaban los gráficos estadísticos correspondiente a cada pregunta, con la creación de las tablas mediante la herramienta Microsoft Word se procedió a detallar los datos en el siguiente apartado de este documento.

4.2 Análisis e interpretación de resultados

4.2.1 Análisis cuantitativo: Encuesta

Variable independiente: Redes sociales

Tabla 1

Las redes sociales, Facebook e Instagram, según su usabilidad están impulsando un nuevo uso de los medios de comunicación.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	44	36.7%
De acuerdo	69	57.5%
Indiferente	7	5.8%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	120	100%

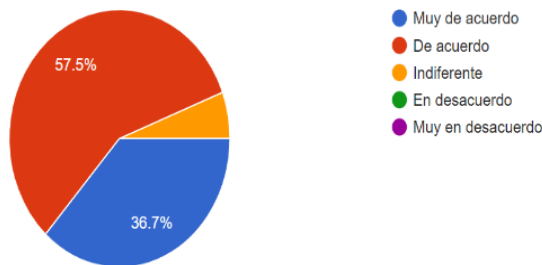
Fuente: Habitantes de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 1: Las redes sociales, Facebook e Instagram, según su usabilidad están impulsando un nuevo uso de los medios de comunicación.

120 respuestas



Fuente: Habitantes de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: en base a la pregunta realizada, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy de acuerdo (44), que corresponde al 36.7%; De acuerdo (69), con un 57.5%; Indiferente (7) que señala el 5.8%; las demás escalas, con una frecuencia y porcentaje de 0 respectivamente, destacando que están a favor de que las redes sociales sean usadas como medios de comunicación, esto referencia a la pregunta: las redes sociales, Facebook e Instagram, según su usabilidad están impulsando un nuevo uso de los medios de comunicación.

Tabla 2

Conforme a la usabilidad de las redes sociales, permiten un mejor manejo en la comunicación organizacional de la directiva comunal hacia los habitantes.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	80%
De acuerdo	1	20%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	5	100%

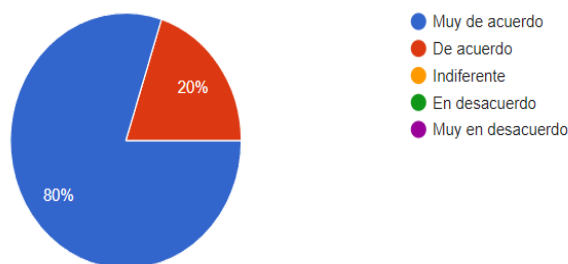
Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 2: Conforme a la usabilidad de las redes sociales, permiten un mejor manejo en la comunicación organizacional de la directiva comunal hacia los habitantes

5 respuestas



Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: de acuerdo a la interrogante planteada en la encuesta a la directiva comunal se obtuvieron los siguientes resultados por escala: Muy de acuerdo (4), que corresponde al 80%; De acuerdo (1), con un porcentaje del 20%; Indiferente (0); En desacuerdo (0) y Muy en desacuerdo (0) equivalentes al 0%, de esta manera se evidencia que las personas están a favor del concepto de conforme a la usabilidad de las redes sociales, permiten un mejor manejo en la comunicación organizacional. En este caso solo un pequeño porcentaje del 20% resulto ser indiferente a la pregunta.

Tabla 3

La evolución de medios ha posicionado a las redes sociales como una nueva herramienta de comunicación.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	5	100%
De acuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 3: La evolución de medios ha posicionado a las redes sociales como una nueva herramienta de comunicación.

5 respuestas



Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: la muestra seleccionada acotó con las siguientes respuestas: Muy de acuerdo (5), que corresponde al 100%; De acuerdo (0); Indiferente (0); En desacuerdo (0) y Muy en desacuerdo (0) equivalentes al 0%. Demostrando así su opinión en cuanto a la evolución de medios ha posicionado a las redes sociales como una nueva herramienta de comunicación. Habiendo también un resultado en donde se evidencia una respuesta positiva en su totalidad por parte de los 5 dirigentes comunales.

Tabla 4

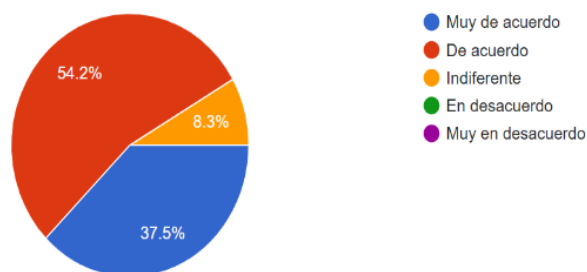
La adaptación a las redes sociales dentro del proceso de comunicación implica un buen manejo de las TIC para la fluidez de información en la comunicación organizacional

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	44	36.7%
De acuerdo	69	57.5%
Indiferente	7	5.8%
En desacuerdo	0	0.0%
Muy en desacuerdo	0	0.0%
Total	120	100.0%

Fuente: Habitantes de la comuna Sinchal
Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez
Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 4: La adaptación a las redes sociales dentro del proceso de comunicación implica un buen manejo de las TIC para la fluidez de información en la comunicación organizacional

120 respuestas



Fuente: Habitantes de la comuna Sinchal
Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez
Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: las personas encuestados respondieron: Muy de acuerdo (44), que corresponde al 36.7%; De acuerdo (69), con un porcentaje del 57.5%; Indiferente (7) equivalente al 5.8%; En desacuerdo y Muy en desacuerdo (0) equivalentes al 0%, esto deja claro la aceptación de las redes sociales y el uso de las TIC dentro de la comuna Sinchal y así el proceso de comunicación se vea beneficiado con el uso de herramientas digitales como Facebook e Instagram.

Tabla 5

El impacto de las redes sociales se ha manifestado de tal forma que ahora las mismas están inmersas en el área de emprendimientos locales como herramientas de comunicación más eficientes que los anuncios a través de los medios locales como el megáfono

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	5	100%
De acuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 5: El impacto de las redes sociales se ha manifestado de tal forma que ahora las mismas están inmersas en el área de emprendimientos locales como herramientas de comunicación más eficientes que los anuncios a través de los medios locales como el megáfono.

5 respuestas



Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: en cuanto al impacto de las redes sociales se ha manifestado de tal forma que ahora las mismas están inmersas en el área de emprendimientos locales como herramientas de comunicación. La directiva comunal contestó de la siguiente manera: Muy de acuerdo (5), que corresponde al 100%; De acuerdo (0); Indiferente (0); En desacuerdo (0) y Muy en desacuerdo (0) equivalentes al 0%. Así se resalta que las redes sociales si han aportado de gran manera para que los habitantes impulsen sus productos locales y aunque el megáfono esté a su disposición, la mayoría de las veces optan por Facebook.

Variable dependiente: Comunicación Organizacional

Tabla 6

La funcionalidad de la comunicación organizacional se aplica al desarrollar habilidades como el manejo de redes sociales para la administración de la directiva comunal

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	80%
De acuerdo	1	20%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	5	100%

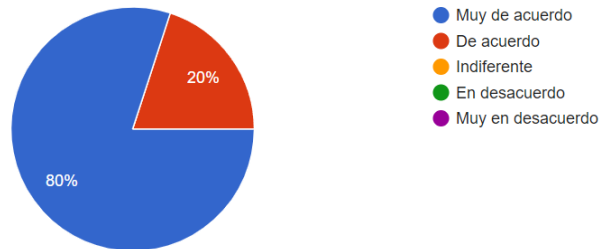
Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 6: La funcionalidad de la comunicación organizacional se aplica al desarrollar habilidades como el manejo de redes sociales para la administración de la directiva comunal

5 respuestas



Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: las personas encuestados respondieron: Muy de acuerdo (4), con el 80%; De acuerdo (1), con un porcentaje del 20%; Indiferente (0) equivalente al 0%; En desacuerdo (0) representante al 0% y Muy en desacuerdo (0) equivalentes al 0%. Esto en referencia a la funcionalidad de la comunicación organizacional es aplicable al desarrollo de habilidades como el manejo de redes sociales, solo hubo respuestas positivas, pero sale a colación por parte de la dirigencia comunal que, si bien el manejo de redes sociales ayudaría, no cuentan con una persona encargada de ese medio de comunicación virtual.

Tabla 7

La comunicación externa en base a su funcionalidad permite un buen complemento entre dirigentes para un óptimo flujo de comunicación organizacional

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	60%
De acuerdo	2	40%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	5	100%

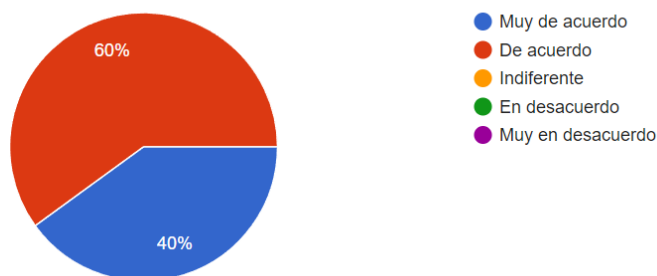
Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 7: La comunicación externa en base a su funcionalidad permite un buen complemento entre dirigentes para un óptimo flujo de comunicación organizacional

5 respuestas



Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: para la pregunta de esta sección los resultados obtenidos fueron: Muy de acuerdo (3), que corresponde al 60%; De acuerdo (2), con un porcentaje del 40%; Indiferente (0) equivalente al 0%; En desacuerdo (0) que denota un 0% y Muy en desacuerdo (0) equivalentes al 0%. Todo el cabido comunal está mayormente de acuerdo a que la comunicación externa en base a su funcionalidad permite un buen complemento entre dirigentes para un óptimo flujo de comunicación organizacional, adicional a esto se menciona que el de una cuenta oficial de redes sociales facilitaría más la comunicación de dirigentes hacia los habitantes y viceversa.

Tabla 8

Para que la comunicación comunitaria muestre un alto nivel de efectividad debe ir de la mano con la comunicación organizacional

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	47	39.2%
De acuerdo	49	40.8%
Indiferente	20	16.7%
En desacuerdo	4	3.3%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	120	100%

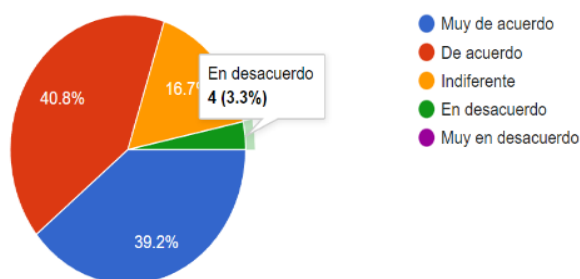
Fuente: Habitantes de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 8: Para que la comunicación comunitaria muestre un alto nivel de efectividad debe ir de la mano con la comunicación organizacional

120 respuestas



Fuente: Habitantes de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: Las personas respondieron de esta manera: Muy de acuerdo (47), correspondiente al 39.2%; De acuerdo (49), con un porcentaje de 40.8%; Indiferente (20), con el 16.7%; En desacuerdo (4), que equivale al 3.3% y Muy en desacuerdo (0), con porcentaje de 0%. Estas respuestas son en base a la pregunta que expresa: para que la comunicación comunitaria muestre un alto nivel de efectividad debe ir de la mano con la comunicación organizacional, la indiferencia a esta respuesta por parte de los habitantes se debe al número limitado de megáfonos en la comunidad y causa que la comunicación no sea entendible en su totalidad en varios sectores de la comuna.

Tabla 9

La efectividad de la comunicación organizacional se mejor reflejada con el uso de las redes sociales que con los medios tradicionales con los que cuenta la localidad

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	60%
De acuerdo	2	40%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	5	100%

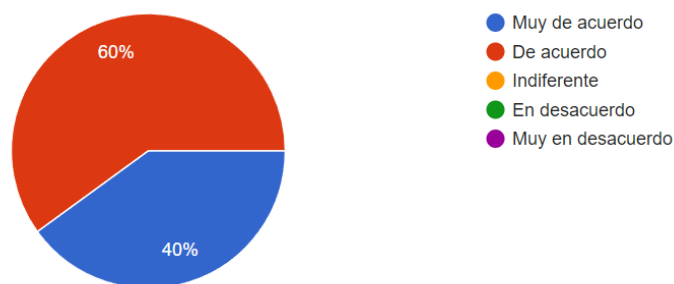
Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 9: La efectividad de la comunicación organizacional se mejor reflejada con el uso de las redes sociales que con los medios tradicionales con los que cuenta la localidad

5 respuestas



Fuente: Directiva de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: los resultados de la encuesta en base a la pregunta 9 dirigida a los miembros de la directiva comunal ofrecieron los siguientes resultados: Muy de acuerdo (3), correspondiente al 60%; De acuerdo (2), con un 40%; Indiferente (0); En desacuerdo (0); y Muy en desacuerdo (0), con porcentaje de 0%. En la comuna Sinchal el sistema a comunicativo aún depende en su mayoría de los medios tradicionales locales, los dirigentes comentan estos medios si son eficientes, pero resaltan que el manejo de cuentas de Facebook e Instagram les daría un “plus” a la comunicación entre dirigentes y habitantes.

Tabla 10

La hibridación de medios y redes sociales, como herramientas, permite un óptimo manejo de la comunicación organizacional mediante las herramientas virtuales como Facebook e Instagram

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	33	27.5%
De acuerdo	75	62.5%
Indiferente	12	10%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	120	100%

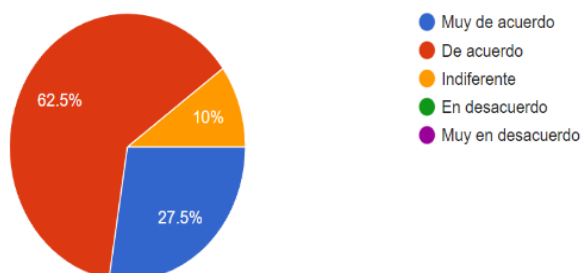
Fuente: Habitantes de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Gráfico 10: La hibridación de medios y redes sociales, como herramientas, permite un óptimo manejo de la comunicación organizacional mediante las herramientas virtuales como Facebook e Instagram

120 respuestas



Fuente: Habitantes de la comuna Sinchal

Elaboración por: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Fecha de elaboración: 29 de junio de 2022

Análisis: La muestra a considerar en la encuesta respondió lo siguiente: Muy de acuerdo (33), que equivale al 27.5%; De acuerdo (75), con un porcentaje de 62.5%; Indiferente (12), con el 10%; En desacuerdo (0), correspondiente a 0% y Muy en desacuerdo (0), con 0%. Estos resultados son en base a la pregunta sobre si la hibridación de medios y redes sociales, como herramientas, permite un óptimo manejo de la comunicación organizacional mediante las herramientas virtuales como Facebook e Instagram, la discordia se debe a que las redes sociales, al ser un medio de libre expresión, hay casos en los que la información se distorsiona y causa fake news.

4.2.2 Análisis cualitativo: Entrevista

A su vez, como segundo método de recolección de datos cualitativa se utilizó la entrevista dirigida a un profesional. “La entrevista es un método de recolección de datos, que nos ayuda a profundizar en temas puntuales, de los cuales se pretende ahondar en la información, buscando comprender, mediante el análisis exhaustivo” (Obez, Avalos, Steier, & Balbi, 2018, pág. 593). La entrevista cuenta con una guía de preguntas estructuradas en base a las variables, dependiente e independiente, dimensiones con sus respectivos indicadores.

Tabla 11: Análisis de entrevistas

Entrevistados:

Lic. Jhonny Elías Domínguez Barzola, Comunicador de Sinchal.

Raúl Esteban Andrade Solórzano, Periodista, Gerente General de Corperiodismo S.A

Lic. Abraham Oswaldo Rosales Pillasagua, Administrador de marcas en redes sociales.

Entrevistador: Holger Anthony Domínguez Domínguez

Pregunta	Análisis cualitativo	Observación
Variable dependiente		
¿Qué uso se les da a las redes sociales, Facebook e Instagram para ser consideradas canales de comunicación?	La redes sociales, Facebook e Instagram, se las usa para difundir información y con ese fin se los considera medios de comunicación en donde los medios tradicionales han adaptado su contenido a las redes sociales para difundir noticias de varios géneros y llegar a muchas personas, así mismo no solo los medios tradicionales difunden información, también lo puede hacer con responsabilidad una persona independiente, las redes sociales son importantes para la sociedad actual para estar informados al instante por este medio.	Estas opiniones van de acuerdo al concepto de García y Pérez (2020), que las redes sociales son transmisoras que cuentan con gran alcance para difundir la información que sea generada. (pág. 9). Siendo así, funcionan como medios de comunicación masivos pero que hay que llevarlos con responsabilidad.
¿Qué impacto han tenido las redes sociales dentro de una comunidad si estas se ven inmersas inclusive dentro del área laboral para vender y/o	A pesar del aporte a la comunicación claro que también se las puede usar como herramientas para promocionar, son herramientas de uso múltiple que beneficia a emprendedores ya sea locales o de cualquier parte de la	Para una comunidad que trabaje de manera organizada en redes sociales, el impacto que estas pueden ofrecer es grande. Las redes sociales se pueden convertir en un tipo de herramientas beneficiosas en

promocionar un producto local?

provincia o país, quizás hace años atrás era impensado vender por redes sociales, pero la realidad es distinta ahora, han evolucionado incluso para poner negocios netamente en internet que incluso hay capacitaciones por parte de profesionales para administrar marcas en redes sociales.

donde se van a desarrollar nuevas habilidades y su uso será de manera múltiple, siendo así que pueden llegar a ocupar otro ámbito como el laboral y educativo (Gómez, García, & Delgado, 2018, pág. 102). Con herramientas que tenemos como el teléfono se pueden producir contenido y brindarlas por redes sociales sin necesidad de hacer un gran proceso.

Variable Independiente

¿Cuáles son los factores que influyen para que medios de comunicación tradicionales de una comunidad, como los megáfonos, muestren o no efectividad al momento de emitir un anuncio?

Los megáfonos son una herramienta tradicional de las comunas y su efectividad si es buena ya que si la comunidad oye algo por este medio sabe que es verdad, pero para masificar algo, uno de los factores que limitan su eficacia es el crecimiento de la comunidad y el poco número de megáfonos, así mismo otro factor es la distribución y también el uso incorrecto del micrófono por parte del operador. A pesar de esto son considerados una buena manera de comunicación interna en donde interactúan los habitantes para dar a conocer algo a la población en general.

A pesar de que los medios tradiciones están algo limitados siguen siendo un buen mecanismo local de comunicación, sin embargo, con la evolución de las tecnologías quizás algún día se deba adaptar a un nuevo medio, Dávila y Molina (2019) resaltan que los medios de comunicación tradicionales en la comunicación comunitaria tienen cierto tipo de retos que afrontar para lograr una profesionalización y superar obstáculos que van de generación en generación (pág. 11)

¿Cómo beneficia la hibridación de los medios a la comunicación organizacional de una comuna?

Tiene un fin de fortalecer la comunicación ya que los medios tradicionales locales tienen un poco de falencias y la hibridación de medios es un aporte a la comunidad para dar a conocer incluso zonas turísticas y tratar de llegar a ser un pueblo proactivo ya que tienen productos que ofrecer. Si una empresa, comuna, organización, no tienen redes

Soengas (2018) Acota que las redes sociales y el internet han logrado una hibridación a los medios de comunicación, recalando que no existen límites territoriales por lo cual su uso no se limita a una sola acción, de esta manera ayuda de muchas formas a la comunicación organizacional (pág. 2). Manejar redes

sociales lastimosamente se van a quedar en el tiempo, es como una carta de presentación.

sociales también necesita de conocimiento profesional para mantenerlas de forma organizada con el contenido que se va a ofrecer.

Fuente: Profesionales en comunicación y Community Manager en redes sociales
Elaboración propia, 2022

4.3 Discusión de resultados

4.3.1 Discusión de la encuesta

Una vez aplicado el método de recolección de datos cuantitativa, se ha podido identificar como las redes sociales juegan un papel importante dentro de la comunicación interna y organizacional de la comuna Sinchal, aparte de esto las redes sociales también cumplen una funcionalidad de entretenimiento y laboral, dentro de la comuna Sinchal hay personas emprendedoras a las cuales les beneficia mucho el uso de redes, para este apartado se escogieron las 2 preguntas de la variable dependiente y 2 de la independiente, demostrando tanto las opiniones de los habitantes como la del cabildo comunal.

Conforme a los datos obtenidos en la pregunta 1 sobre Las redes sociales, Facebook e Instagram, según su usabilidad están impulsando un nuevo uso de los medios de comunicación, se obtienen los siguientes datos: de acuerdo con el 57.5% e indiferente con el 5.8%, resaltando que las redes sociales en la comunidad se usan de varias formas, pero sí recalcan su importancia para la comunicación en la población y que solo un pequeño porcentaje es indiferente a este apartado, así mismo, la dirigencia comunal da los siguientes datos 80% muy de acuerdo y 20% de acuerdo obteniendo de igual forma una respuesta mayormente positiva, por ello concuerda con el criterio de Kahne & Bowyer (2018) en donde recalcan la importancia de las redes sociales y que estas tienen un mecanismo de crear lazos sociales que hay que aprovechar, lo cual ha sido de manera positiva.

La pregunta número 2, la adaptación a las redes sociales dentro del proceso de comunicación implica un buen manejo de las TIC para la fluidez de información en la comunicación organizacional, el 54.2% de la comunidad respondió de acuerdo mientras que la cifra más baja fue la indiferente con el 8.3%, destacan que el uso de las nuevas tecnologías les

ha sido de mucha ayuda no solo para el ámbito comunicacional sino también para los campos de emprendimiento y educación, por su parte los dirigentes comunales acotan estar 60% de acuerdo, 20% muy de acuerdo y 20% indiferente, cabe recalcar que esto se debe precisamente a que las redes sociales son un medio por el cual toda persona tiene acceso a difundir información y que a veces es mal intencionada y causa desinformación, aun así, las respuestas son positivas y destacando de esta forma que el uso de las nuevas tecnologías va de la mano con el manejo de las redes sociales, acotando así el concepto que dio Guaiana (2019) en donde dice que en base a las nuevas tecnologías es necesario manejar un nuevo sistema de comunicación con una gestión de redes.

De acuerdo a la pregunta número 3: la comunicación comunitaria si va de la mano con la comunicación organizacional, los habitantes acotaron una respuesta mayormente positiva pero que si hay uno que otro limitante y es que la comunicación comunitaria en Sinchal cuenta con medios tradicionales que si bien es cierto son un buen mecanismo para la interacción entre dirigentes y pobladores pero no siempre muestran una buena efectividad, por lo anteriormente expuesto se obtiene que la suma de los porcentajes positivos alcanza el 80%, pero entre indiferente y desacuerdo logran el 20% que son 24 personas, cabe resaltar que esta indiferencia es debido a la distancia entre su vivienda y los megáfonos tradicionales lo cual denota que a estas personas no le llega el mensaje de manera clara y por esta razón dicen que no está habiendo una buena comunicación organizacional; mientras que los encargados de la administración comunitaria acotan el 100% a este ítem, para los dirigentes la comunicación organizacional está bien, a pesar de ello, si acotaron que hace falta implementación de nuevos megáfonos debido al crecimiento de la población, los resultados van acorde al criterio de Lema (2015) en donde habla que los medios comunitarios incluyen la participación ciudadana, lo cual se cumple según la encuesta aunque hay que pulir ciertos detalles y considerar el uso de Facebook e Instagram.

Para concluir con el análisis de la encuesta, en la pregunta 4 la hibridación de medios permite un óptimo manejo de la comunicación organizacional mediante los canales virtuales como Facebook e Instagram, brindó los resultados siguientes: de acuerdo con un porcentaje del 62.5% y en la escala indiferente un 10%, la mayoría de gente en la comunidad ya se ha adaptado al uso de las redes sociales y se considera como una buena herramienta por donde dar y recibir información, es así que la comunicación organizacional interna fluye con un

porcentaje positivo, ante esto se deben tener en cuenta la responsabilidad con la que se deben tomar las redes sociales, el cabildo comunal por su parte dijo que está muy de acuerdo con 40% y de acuerdo 40%, sumando así un 80% de manera positiva, de esta manera también resalta una respuesta de manera favorable relacionando así el concepto de Charry (2018) donde menciona que la gestión de la comunicación en las diferentes entidades debe acoplarse al mundo actual y siempre cambiante, esto con el fin de lograr en base a unas nuevas herramientas, una comunicación más interactiva que beneficie a los integrantes, motivando y relacionándose entre sí, no obstante la persona correspondiente al 20% de la muestra dijo estar indiferente, una de las falencias entre organizaciones comunales entrantes y salientes, es no llevar la administración de una página oficial para los anuncios de la comuna, si bien es cierto que la crean, no seden el rol de administrador de la página a la nueva directiva, es así como en Facebook pueden existir páginas de la comuna Sinchal pero no son oficiales ya que no cuentan con una persona encargada de administrar la página o un escrito donde se detalle que las dirigencias deben pasar la administración de la página oficial de Facebook o Instagram al terminar su periodo de gestión administrativa.

4.3.2 Discusión de resultados de la entrevista

A continuación se detallará la información obtenida mediante la herramienta cualitativa, entrevista, con el fin de determinar las relaciones de la investigación. En relación a la primera pregunta, ¿Qué uso se les da a las redes sociales para ser consideradas canales de comunicación? Las respuestas van de acuerdo al concepto de García y Pérez (2020), que las redes sociales son transmisoras que cuentan con gran alcance para difundir la información que sea generada. (pág. 9). Siendo así, funcionan como medios de comunicación masivos pero que hay que llevarlos con responsabilidad, además resaltan que las redes sociales son herramientas de comunicación con las que se puede llegar a masas de una manera más fácil y rápida ya que su uso no es complejo. Esto va acorde con el criterio dado por Santos, Lelkes y Levin (2021) que dice que las redes sociales reducen las barreras de información entre la interactividad de los habitantes.

La pregunta número 2 ¿Qué impacto han tenido las redes sociales dentro de una comunidad si estas se ven inmersas inclusive dentro del área laboral para vender y/o promocionar un producto local? Las redes sociales abarcan un amplio contexto en el cual se las

puede utilizar de acuerdo a nuestras necesidades, esto ha llevado a que las personas promocionen productos o servicios dentro y fuera de la comunidad usando así otra manera beneficiosa de las redes sociales, recalcando lo que dijo Guaiana (2019), de como una buena gestión de redes da más beneficios en cuanto a comunicación y otros aspectos a favor de la comunidad.

Continuando con esta herramienta cualitativa y referente a la pregunta 3 ¿Cuáles son los factores que influyen para que medios de comunicación tradicionales de la comunidad, como los megáfonos, muestran o no efectividad al momento de emitir un anuncio? Se recalca que el uso de megáfonos como medio de comunicación tradicional si tiene efectividad, sin embargo, se acotan los factores que pueden obstaculizar el flujo de información, como la ubicación de esta herramienta y el crecimiento de la comuna, aun así, son una buena estrategia tradicional para difundir información entre habitantes, ya que de cierta manera los pobladores saben que lo que se dice por ahí es verdad, de acuerdo con Lopera (2019) los medios de comunicación tradicionales se usan para dar acciones de acuerdo al contexto en el que inciden aportando así al manejo de información y su distribución a lo largo de Sinchal.

Por último la pregunta 4 que dice ¿Cómo beneficia la hibridación de los medios a la comunicación organizacional de la comuna Sinchal? Uno de los puntos a rescatar dentro de la comuna Sinchal es que el sistema de comunicación organizacional fluye de manera correcta entre directivos y habitantes, sin embargo, se reitera que hay que hacer hincapié en la comunicación externa en donde las redes sociales serían herramientas fundamentales al gestionar páginas oficiales de información, llegando a un acuerdo entre dirigencias salientes y entrantes de manejar una sola página de Facebook e Instagram la cual sea el canal oficial en Facebook e Instagram, tomando en cuenta el concepto de Charry (2018) en donde marca que la comunicación y redes sociales se deben llevar a la par, el mundo avanza y con ella la tecnología así mismo el proceso comunicativo organizacional, interno y externo.

5 CONCLUSIONES

- Las redes sociales en la comuna Sinchal han servido como herramientas en donde la comunicación se ha visto beneficiada, pero a pesar de esto, la comunicación organizacional no se ha servido mucho de estas herramientas virtuales, por lo tanto el presente trabajo servirá como antecedente para futuras investigaciones relacionadas con las redes sociales y la comunicación organizacional en los habitantes de una comunidad y es brindado a la comunidad científica para que puedan contrastar y discutir los elementos presentados en este documento.
- En la comuna Sinchal, las redes sociales, Facebook e Instagram, han intervenido de varias maneras, siendo usadas para la comunicación, entretenimiento, impulsadoras de negocios locales y educación, por esta razón, el presente trabajo de investigación está al servicio de la comunidad universitaria y servirá como base de investigación para determinar cuáles son las redes sociales más utilizadas y cuál es su usabilidad dentro de la comuna Sinchal y determinar su función en la comunicación organizacional.
- Lamentablemente la comunicación organizacional en Sinchal ha sido la menos beneficiada con las redes sociales pero esto se debe a que no hay un reglamento que detalle el uso oficial de comunicados a través de Facebook o Instagram, también se resalta el hecho de que no hay una persona encargada de este rol, por lo anteriormente expuesto, este proyecto quede a disposición de la comuna Sinchal como referencia a la investigación realizada, en donde se informa el proceso de comunicación interna y organizacional que existe dentro de la comunidad y la afección que ha tenido con la presencia de las redes sociales, lo cual se evidencia de manera positiva entre los habitantes de la localidad.
- De acuerdo a los resultados y su respectiva discusión se pudo evidenciar como las redes sociales juegan un papel importante en la comunidad sirviendo de herramienta comunicativa, lo cual puede potencializar un uso de manera masiva para llegar a más personas de la comunidad y con esto lograr una efectividad mayor en cuanto a las estrategias comunicacionales aplicadas de manera interna.

6 RECOMENDACIONES

- Se sugiere a los habitantes y a la directiva comunal de Sinchal, una capacitación acerca del manejo y uso de las redes sociales en beneficio de una comunidad además de tener presente este artículo de investigación para determinar posibles soluciones en conjunto y lograr una mejor comunicación organizacional con la ayuda de las redes sociales, Facebook e Instagram.
- En base a los resultados obtenidos se recomienda también considerar el número de medios de comunicación comunitarios tradicionales (Megáfonos) ya que la muestra no ha negado su efectividad, sin embargo, han recalcado que hay lugares en donde la información no llega de manera clara y precisa lo cual puede ocasionar un problema de información y/o desinformación.
- Se propone a la comuna Sinchal la creación de páginas oficiales en Facebook e Instagram con una persona capacitada que se encargue del manejo de este canal comunicativo, a su vez, considerar este proyecto de investigación para poder corregir aspectos que se consideren necesarios dentro de la comunidad y su comunicación organizacional.
- Finalmente, con la creación de páginas oficiales también se recomienda aprobar una ordenanza comunal que exija a todo cabildo saliente, dejar el rol de administrador a la nueva dirigencia entrante para así evitar la existencia de varias páginas o perfiles de Facebook que dicen ser las oficiales y que solo funcionarían durante el periodo actual de cada cabildo comunal.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, C. (2018). *Las TIC en la gestión del proceso de enseñanza-aprendizaje en el área Comunicación Organizacional: licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v8n16/2007-7467-ride-8-16-00764.pdf>
- Álvarez, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. Obtenido de Repositorio ULima: <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%20c3%a9mica%20%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Barón, M., Duque, Á., Mendoza, F., & Quintero, W. (30 de Enero de 2021). *Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara*. Obtenido de Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa: <https://editic.net/ripie/index.php/ripie/article/view/29/24>
- Brunno, M., Laplace, M., & Malvestitti, J. (22 de Octubre de 2018). *La influencia de las redes sociales en la constitución subjetiva de los adolescentes*. Obtenido de Repositorio de la facultad de psicología: <http://rpsico.mdp.edu.ar/handle/123456789/788>
- Cabrera, M. (2015). *La toma de decisiones en la comunicación organizacional*. Obtenido de Universidad Rey Juan Carlos BURJC DIGITAL: https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/13729/TESIS_MARIANGELES_CABRERA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chanchí, G., Gómez, M., & Campo, W. (Febrero de 2020). *Criterios de usabilidad para el diseño e implementación de videojuegos*. Obtenido de ProQuest: https://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/ull4G?_s=g9K0Mb%2Bxb1tybDbSHbqZYTq6wOg%3D
- Charry, H. (2018). *La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- Cortez, D. (21 de Julio de 2021). *Redes sociais inclusivas: um estudo de caso com idosos sob a perspectiva da interação humano-computador*. Obtenido de Revista Científica Semana Acadêmica: https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigoihc_1.pdf
- Dávila, G., & Molina, C. (2019). *La comunicación comunitaria: el sustrato político-cultural de los movimientos sociales*. Obtenido de Revista Chasqui: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3991/3108>
- Díaz, M., & Gutierrez, A. (18 de Diciembre de 2020). *Efectividad de las redes sociales en la publicidad turística*. Obtenido de Repositorio de tesis Universidad Peruana Union: <http://hdl.handle.net/20.500.12840/4109>
- Dominguez, J. (Julio de 2017). *Análisis de comunicación organizacional en el ámbito artesanal de la comuna Sinchal, de la parroquia manglaralto, del cantón santa elena, de la provincia*

- de santa elena periodo 2016-2017*. Obtenido de Repositorio institucional de la universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/19356>
- García, R., & Pérez, A. (2020). *Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. Presentación*. Obtenido de Repositorio Unican: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/21392/ComunicacionEducacionMundo.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Gómez, I., García, F., & Delgado, M. (2018). *Uso de la red social Facebook como herramienta de aprendizaje en estudiantes universitarios: estudio integrado sobre percepciones*. Obtenido de Scielo: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/perseduc/v57n1/0718-9729-perseduc-57-01-00099.pdf>
- Guaiana, S. (2019). *Studio, progettazione e realizzazione di sistemi di misura, di controllo e di comunicazione dedicati alle smart grids*. Obtenido de Iris UniPA: https://iris.unipa.it/retrieve/handle/10447/338501/660397/Tesi_Dottorato_Salvatore_Guaiana_XXXI.pdf
- Guerrero, G. (2015). *Editorial Patria*. Obtenido de Metodología de la investigación: <https://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384086.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación, Sexta Edición*. McGrawHill.
- Hugo, F., Jimenez, C., Holovaty, M., & Lara, P. (12 de Febrero de 2020). *El impacto de las redes sociales en la administración de las empresas*. Obtenido de Recimundo: <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/755/1142>
- Kahne, J., & Bowyer, B. (05 de Febrero de 2018). *The Political Significance of Social Media Activity and Social Networks*. Obtenido de Taylor & Francis: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10584609.2018.1426662?needAccess=true>
- Lema, I. (2015). *Los medios de comunicación comunitarios como espacios de educación no formal para los/las jóvenes*. Obtenido de Repositorio Universidad de Coruña: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/18411/2015_Lema-Blanco.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Lopera, J. (08 de Julio de 2019). *Prácticas, saberes y apropiación del medio audiovisual en los colectivos de comunicación comunitaria de la ciudad de Medellín*. Obtenido de Revista Científica Luciérnaga: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/practicas/1407>
- Manotas, D. (2018). *Características de la comunicación que dan lugar a fallos en la atención en salud en un hospital en el departamento del Atlántico, en los periodos 2016-2017*. Obtenido de Universidad del Norte: <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/8383/1140846026.pdf?sequence=1>
- Maya-Jariego, I., & Holgado, D. (2017). *7 ejemplos de intervención basada en redes*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/931/93153038008.pdf>

- Moncayo, M. (2018). *Análisis de generaciones y o Millennials, Z o actuales y frontera de estudio en el comportamiento del uso de las redes sociales*. Obtenido de Enciclopedia de Economía y Ciencias Sociales Eumed: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/analisis-generaciones-actuales.html>
- Obez, R. M., Avalos, L. I., Steier, M. S., & Balbi, M. M. (07 de Julio de 2018). *Técnicas mixtas de recolección de datos en la investigación cualitativa: proceso de construcción de las prácticas evaluativas de los profesores expertos en la UNNE*. Obtenido de Repositorio Unne: https://repositorio.unne.edu.ar/bitstream/handle/123456789/27656/RIUNNE_FHUM_AC_Obez-AvalosOlivera-Steier.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Otero, A. (Agosto de 2018). *Enfoques de Investigación*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION
- Oyarvide, H., Reyes, E., & Montaña, M. (Octubre de 2017). *La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas*. Obtenido de Revista dominio de las ciencias: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/687/763>
- Parra Meza, S. M. (2019). *El uso de las redes sociales como herramienta de comunicación en*. Obtenido de Repositorio digital UCE: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18854>
- Rodríguez, L. (09 de Junio de 2019). *Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación*. Obtenido de Revista Profesional de la Información: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.may.06/43988>
- Sampieri, R. (26 de Agosto de 2014). Obtenido de Metodología de la investigación: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Sampieri, R. (26 de 08 de 2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Santana, L. (2021). *Manejo de redes sociales del programa de mercadeo y publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina*. Obtenido de Repositorio Digital Areandina: <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3886/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santos, F., Lelkes, Y., & Levin, S. (07 de Diciembre de 2021). *Link recommendation algorithms and dynamics of polarization in online social networks*. Obtenido de Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America: <https://www.pnas.org/content/pnas/118/50/e2102141118.full.pdf>
- Segredo, A., García, A., López, P., León, P., & Perdomo, I. (Abril de 2017). *Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública*. Obtenido de SciELO: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74592017000100028&script=sci_arttext

- Soengas, X. (21 de marzo de 2018). *Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización*. Obtenido de institucionales.us: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/71917/13.%20Los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20en%20la%20sociedad%20actual%20crisis%20negocio%20y%20politizaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (2019). *Métodos de recolección de datos para una investigación*. Obtenido de UDGVirtual: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2817>
- Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. USMP.

8 ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas

Influencia del proceso evolutivo de las redes sociales para la comunicación interna de la comuna Sinchal.

Problemática: Conocer como se ha desarrollado la forma de comunicación a través de las redes sociales dentro de los habitantes de la comuna Sinchal.

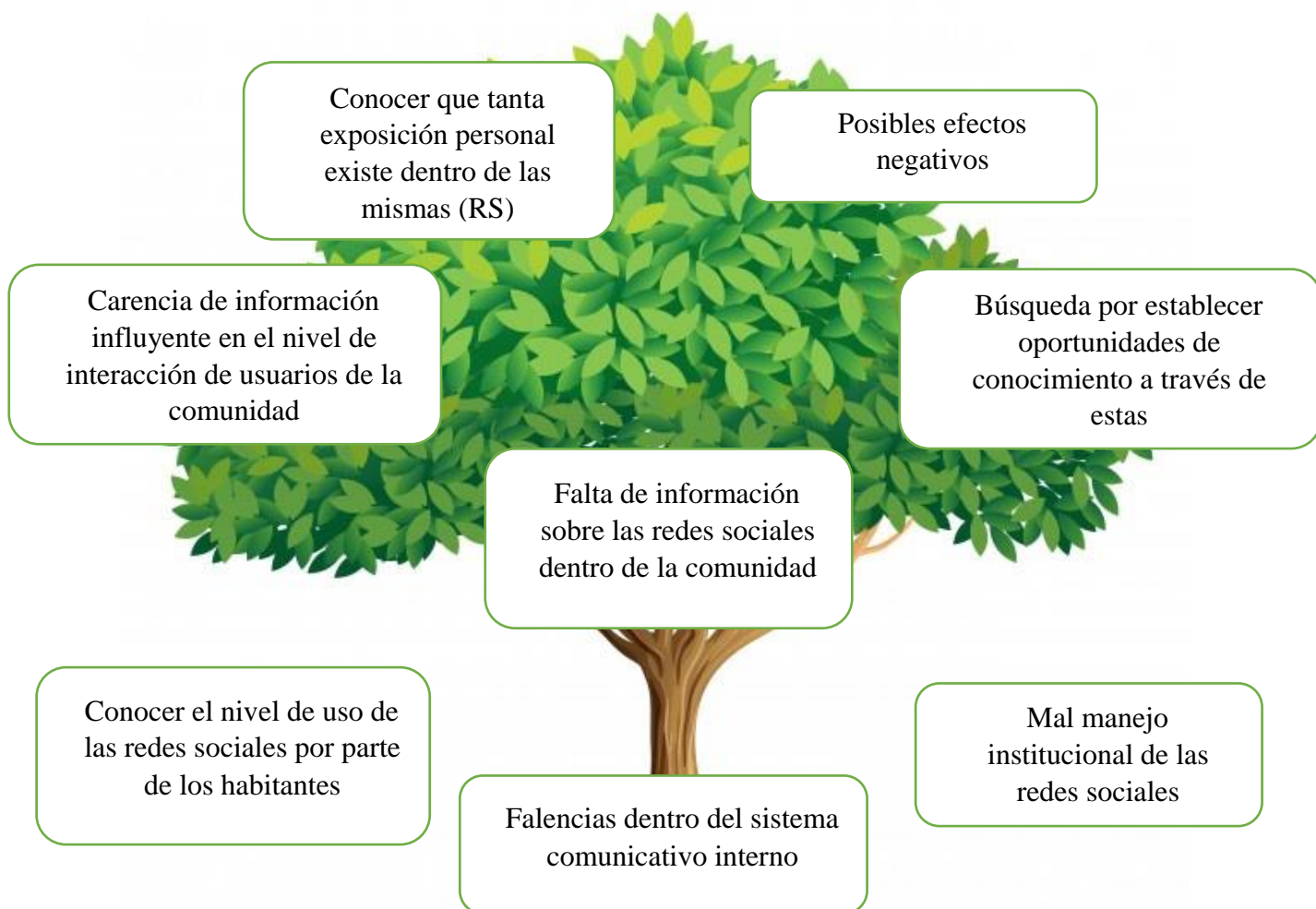
Variable Independiente: Influencia del proceso evolutivo de las redes sociales.

Variable Dependiente: las redes sociales.

Sujeto: Los habitantes de la comuna sinchal.

Contexto: La comuna sinchal.

Árbol del problema.



Anexo 2:

Tabla 12: Tabla de operacionalización de variables

TEMA /TÍTULO	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.	Redes sociales	Las redes sociales son un servicio que facilita la comunicación entre las personas, ya sea que se conozcan o no. Esta red también funciona como medio de comunicación, ya que se pueden subir videos expresando opiniones y formas de pensar. (Diaz & Gutierrez, 2020)	Las redes sociales son un medio de interacción que facilita la comunicación entre personas y mediante su usabilidad como medio de comunicación se puede generar un impacto ya que se pueden subir videos expresando opiniones y	Usabilidad Comunicación Impacto	<ul style="list-style-type: none"> - Entretenimiento - Medios de comunicación - Comunicación organizacional - Preferencias de redes - Evolución de medios - Adaptación - Alcance de medios - Laboral - Organizativo entre dirigentes 	Ordinal Escala de Likert

	Comunicación organizacional	<p>La comunicación organizacional, se da naturalmente en toda institución (...). Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre la misma organización y su medio. (Segredo, García, López, León, & Perdomo, 2017)</p>	<p>formas de pensar.</p> <p>La comunicación organizacional brinda un mejor sistema de fluidez de información dentro de una institución, en este caso la institución será la comuna Sinchal, en donde el sistema comunicación aun depende en su mayoría por medios tradicionales y con el uso de redes sociales la comunicación organizacional fluirá de mejor manera.</p>	<p>Funcionalidad</p> <p>Efectividad</p> <p>Manejo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de habilidades - Comunicación descendente - Comunicación ascendente - Comunicación comunitaria - Logro de objetivos - Respuesta recibida - Redes sociales - Comunicación interna - Medios de comunicación comunitarios tradicionales 	
--	-----------------------------	--	---	---	---	--

Anexo 3: Instrumentos

INSTRUMENTO DE ENCUESTA

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Guía de preguntas – Redes Sociales

Tema: Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.

Objetivo. Levantar información sobre el uso de las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional

Escala: Muy en acuerdo 1, de acuerdo 2, indiferente 3, En desacuerdo 4, muy en desacuerdo 5

Tabla 13: Instrumento de encuesta

Variable Independiente: Redes Sociales						
		1	2	3	4	5
1	Las redes sociales, Facebook e Instagram, según su usabilidad están impulsando un nuevo uso de los medios de comunicación.					
2	Conforme a la usabilidad de las redes sociales, permiten un mejor manejo en la comunicación organizacional.					
3	La evolución de medios ha posicionado a las redes sociales como una nueva herramienta de comunicación.					
4	La adaptación a las redes sociales dentro del proceso de comunicación implica un buen manejo de las TIC para la fluidez de información en la comunicación organizacional.					
5	El impacto de las redes sociales se ha manifestado de tal forma que ahora las mismas están inmersas en el área de emprendimientos locales como herramientas de comunicación.					
Variable dependiente: Comunicación Organizacional						
1	La funcionalidad de la comunicación organizacional es aplicable al desarrollo de habilidades como el manejo de redes sociales.					
2	La comunicación externa en base a su funcionalidad permite un buen complemento entre dirigentes para un óptimo flujo de comunicación organizacional.					

3	Para que la comunicación comunitaria muestre un alto nivel de efectividad debe ir de la mano con la comunicación organizacional.					
4	La efectividad de la comunicación organizacional se demuestra cuando la comunidad logra sus objetivos comunicacionales.					
5	La hibridación de medios y redes sociales, como herramientas, permite un óptimo manejo de la comunicación organizacional mediante las herramientas virtuales como Facebook e Instagram.					



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

Tabla 14: instrumento de entrevista

<p>Entrevistado: Jhonny Elías Domínguez Barzola</p> <p>Cargo: Comunicador de la comuna Sinchal</p> <p>Especialidad: Lcdo. Comunicación</p>
<p>Entrevistado: Raúl Esteban Andrade Solórzano</p> <p>Cargo: Gerente General de Corperiodismo S.A. community manager redes sociales</p> <p>Especialidad: Periodista con mención en cultura</p>
<p>Entrevistado: Abraham Oswaldo Rosales Pillasagua</p> <p>Cargo: Videografo y administrador de redes sociales a marcas</p> <p>Especialidad: Lcdo. en artes escénicas y plásticas</p>
<p>Entrevistador: Holger Anthony Domínguez Domínguez</p>

Pregunta	Análisis Cualitativo	Observación
Variable independiente		
1. ¿Qué uso se les da a las redes sociales, Facebook e Instagram para ser consideradas canales de comunicación?		
2. ¿Qué impacto han tenido las redes sociales dentro de la comunidad si estas se ven inmersas inclusive dentro del área laboral para vender y/o promocionar un producto local?		
Variable dependiente		
1. ¿Cuáles son los factores que influyen para que medios de comunicación tradicionales de la comunidad, como los megáfonos, muestran o no efectividad al momento de emitir un anuncio?		
2. ¿Cómo beneficia la hibridación de los medios a la comunicación organizacional de la comuna?		



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

Tabla 15: Matriz de validación de contenido por juicio de expertos

TÍTULO:	Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.
AUTOR:	DOMINGUEZ DOMINGUEZ HOLGER ANTHONY

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN			
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Relación entre:							
									VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR			INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO							
Variable Independiente: Redes Sociales	Usabilidad	Medios de Comunicación	Las redes sociales, Facebook e Instagram, según su usabilidad están impulsando un nuevo uso de los medios de comunicación.						x		x					
		Comunicación organizacional	Conforme a la usabilidad de las redes sociales, permiten un mejor manejo en la comunicación organizacional.						x		x					
	Comunicación	Evolución de medios	La evolución de medios ha posicionado a las redes sociales como una nueva herramienta de comunicación.						x		x					
		Adaptación	La adaptación a las redes sociales dentro del proceso de comunicación implica un buen manejo de las TIC para la fluidez de información en la comunicación organizacional.						x		x					
Impacto	Laboral	El impacto de las redes sociales se ha manifestado de tal forma que ahora las mismas están inmersas en el área de emprendimientos locales como herramientas de comunicación.						x		x						

Variable Dependiente: Comunicación comunitaria	Funcionalidad	Desarrollo de habilidades	La funcionalidad de la comunicación organizacional es aplicable al desarrollo de habilidades como el manejo de redes sociales.							X		X			X		X			
		Comunicación descendente	La comunicación externa en base a su funcionalidad permite un buen complemento entre dirigentes para un óptimo flujo de comunicación organizacional.								X		X			X		X		
	Efectividad	Comunicación comunitaria	Para que la comunicación comunitaria muestre un alto nivel de efectividad debe ir de la mano con la comunicación organizacional.								X		X			X		X		
		Logro de objetivos	La efectividad de la comunicación organizacional se demuestra cuando la comunidad logra sus objetivos comunicacionales.								X		X			X		X		
	Manejo	Redes sociales	La hibridación de medios y redes sociales, como herramientas, permite un óptimo manejo de la comunicación organizacional mediante las herramientas virtuales como Facebook e Instagram.								X		X			X		X		

Fecha, Santa Elena 22 de junio del 2022



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I: 0913729257

Tabla 16: Ficha de evaluación del instrumento

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

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	
																						96
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					96
2. Objetividad	Expresa conductas observables																					96
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					96
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					96
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					96
6. Intencionalidad	Valorar las dimension																					96

iedad	es del tema																			
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																			96
8.Coherencia	Relación en variables e indicadores																			96
9.Metodología	Adecuada y responde a la investigación																			96

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: 864 /9: 96.

Santa Elena, 22 de junio del 2022

Lcdo.: Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

C.I.: 0913729257

Teléfono: 0986049404

E-mail: amatamoros@upse.edu.ec

Firma

Tabla 17: Validez de contenido del instrumento

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	DOMÍNGUEZ DOMÍNGUEZ HOLGER ANTHONY	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de preguntas – Redes Sociales	
Objetivo:	Levantar información sobre el uso de las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional	
Dirigido a:	Habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Ángel Alberto Matamoros Dávalos	
Documento de Identidad:	0913729257	
Grado Académico:	Magister y Doctor	
Especialidad:	Educación	
Experiencia Profesional (años):	22 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
x		
Sugerencia: Aplicar encuesta		



Fecha: Santa Elena, 21 de junio del 2022

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I:0913729257

Anexo 4: Carta de solicitud para la investigación y aplicación de encuesta

Santa Elena, 15 de enero del 2022

Sr. Carlos Borbor
PRESIDENTE DE LA COMUNA SINCHAL
Presente

Saludos Cordiales.

Por medio de la presente, yo **Holger Anthony Dominguez Dominguez** con cédula de identidad número **0928559301**, estudiante del **Séptimo semestre** de la carrera de **Comunicación** de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)**, solicito muy respetuosamente a usted, la autorización y a la misma vez, la aplicación de la siguiente encuesta de investigación en su institución, mi tema es "**Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena**".

Este instrumento de investigación me permitirá levantar datos que contribuirán al desarrollo de mi estudio científico. Cabe destacar que dichos datos obtenidos se mantendrán en total confidencialidad para efectuar mi trabajo de investigación en beneficio de la comunidad.

Agradezco la atención brindada, esperando una pronta respuesta de su parte.



Atentamente



Holger Anthony Dominguez
Dominguez
Estudiante de Comunicación
0928559301



Lcdo. Ángel Matamoros, Mgt.
Docente
TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR

Anexo 5: Carta aval



CARTA DE ACEPTACIÓN

Santa Elena, 07 de mayo de 2022

Sr. Holger Anthony Domínguez Domínguez
**Estudiante de Octavo semestre de la Carrera de comunicación de la
Universidad Estatal Península de Santa Elena.**

Reciba un cordial saludo por parte de quienes conformamos la directiva de la *comuna Sinchal de la provincia de Santa Elena*, De igual forma, **a nombre De la Presidencia de nuestra organización, dispóngase usted con el permiso** correspondiente para obtener todos los datos que requiera de nosotros para la elaboración y desarrollo de su proyecto de investigación denominado ***“Las Redes Sociales y Su Impacto en la Comunicación Organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la provincia de Santa Elena”***.

Por medio de la presente, **se lo otorga la autorización que solicitó** para aplicar su caso de estudio en beneficio de nuestra institución y como parte de su proceso para la obtención del título de licenciado en comunicación.

Tenga la seguridad de que estaremos prestos a ayudarle en cualquier otro requerimiento que usted necesita.

Atentamente

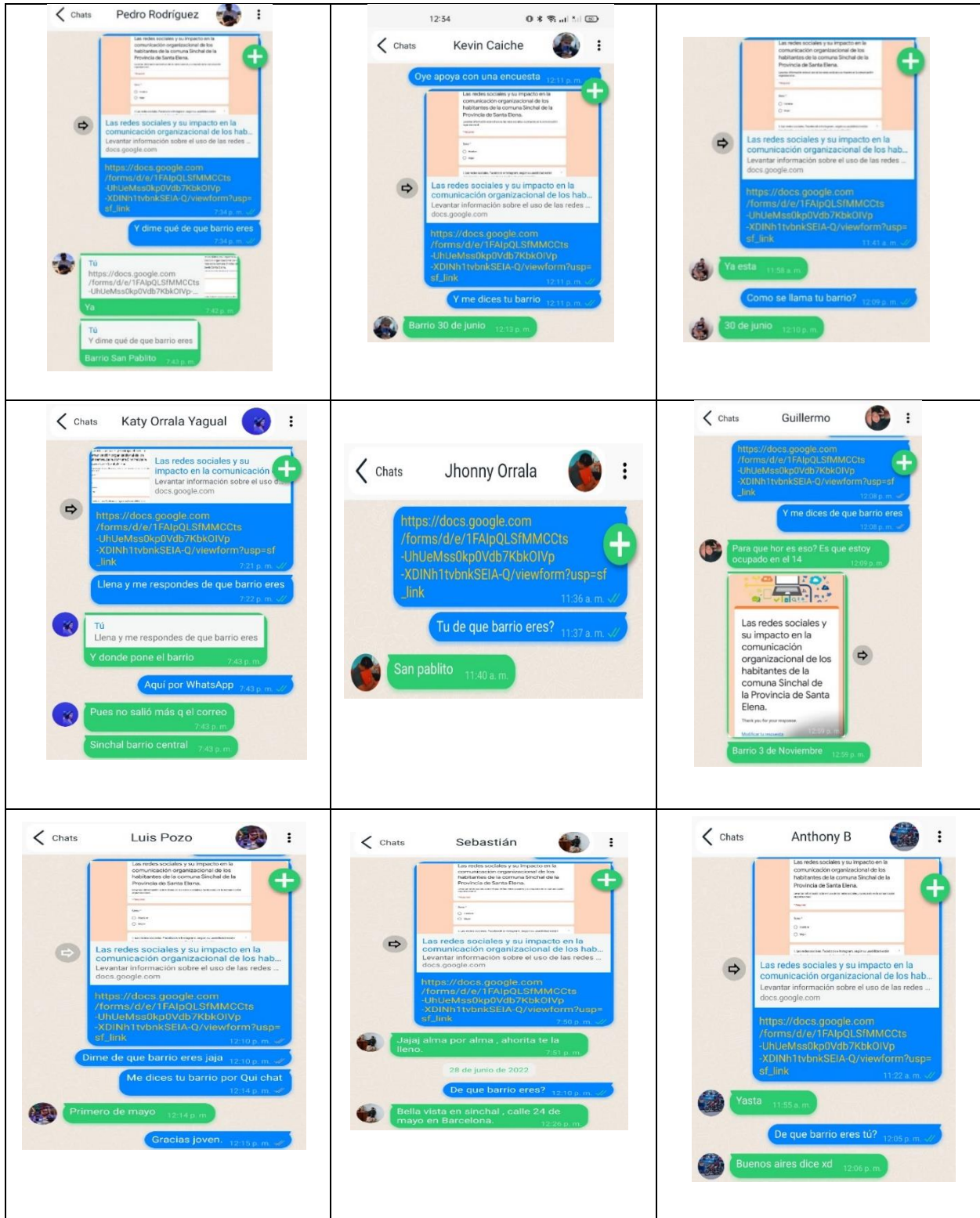


.....
Sr. Carlos Borbor

Presidente de la Comuna Sinchal

Anexo 6: Aplicación de la encuesta

Aquí se detallan las evidencias de la encuesta, por medio de chat a los habitantes y de manera presencial a los dirigentes.



INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta con escala de Likert
Instrumento: Guía de preguntas – Redes Sociales
Tema: Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.
Objetivo: Levantar información sobre el uso de las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional

Escala:
 Muy de acuerdo 1, De acuerdo 2, Indiferente 3, En desacuerdo 4 y Muy en desacuerdo 5.

Variable Independiente: Redes Sociales					
	1	2	3	4	5
1			X		
2		X			
3		X			
4			X		
5		X			
Variable dependiente: Comunicación Organizacional					
	X				
		X			
	X				
			X		
			X		

Ldo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos.
Juez Experto



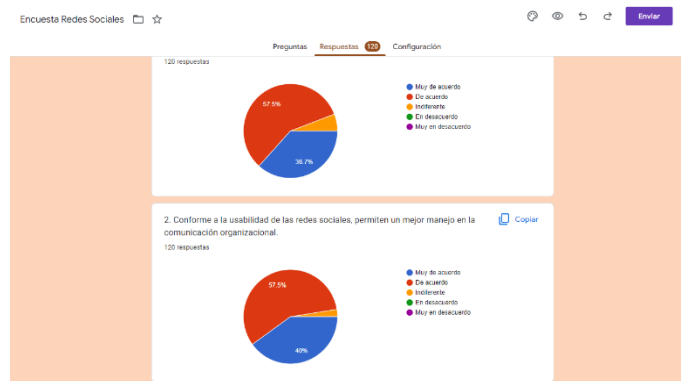
INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta con escala de Likert
Instrumento: Guía de preguntas – Redes Sociales
Tema: Las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Sinchal de la Provincia de Santa Elena.
Objetivo: Levantar información sobre el uso de las redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional

Escala:
 Muy de acuerdo 1, De acuerdo 2, Indiferente 3, En desacuerdo 4 y Muy en desacuerdo 5.

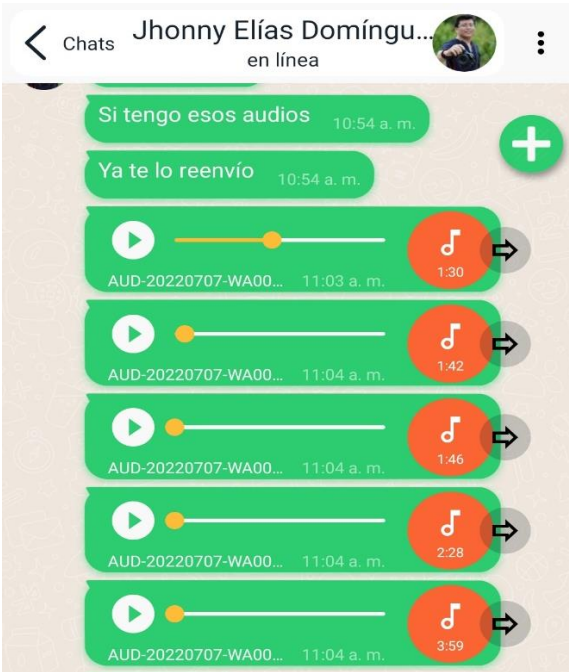
Variable Independiente: Redes Sociales					
	1	2	3	4	5
1				X	
2			X		
3			X		
4			X		
5			X		
Variable dependiente: Comunicación Organizacional					
	X				
		X			
	X				
			X		
			X		

Ldo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos.
Juez Experto

Anexo 7: Aplicación de entrevista

Lic. Jhonny Domínguez Barzola



Lic. Abraham Rosales Pillasagua



Periodista profesional Raúl Andrade Solórzano

