

**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONES VIRTUALES
EN LA LABOR INFORMATIVA CON PROFESIONALES DEL CÍRCULO
DE PERIODISTAS DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2021

AUTOR:

MERCHÁN PÉREZ JELITZA LIZBETH

ASESOR:

MSc.

JADAN SOLIS PATRICIA YAJAIRA

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2021

ÍNDICE

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.1 Situación Problemática.	9
1.2 Formulación del Problema.	10
1.2.1 Problema General.	10
1.3 Justificación.	11
1.4 Objetivo de la Investigación.	12
1.4.1 Objetivo General.	12
1.4.2 Objetivos Específicos	12
II. MARCO TEÓRICO	13
2.1 Antecedentes de la Investigación	13
2.2 Marco Conceptual	13
2.3 Marco Referencial	13
2.4 Posturas Teóricas	13
2.4.1 Estrategia de la Comunicación	13
2.4.2 Organización y Comunicación.	15
2.4.3 Estrategia de comunicación periodística.	15
2.4.4 Componentes de la estrategia de comunicación periodística.	16

2.4.5	Estrategias Virtuales.	18
2.4	Hipótesis de la Investigación.	20
2.4.1	Hipótesis General.	20
2.4.2	Hipótesis Específicas.	20
III.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.1	Tipos de Investigación.	21
3.2	Población y muestra	22
3.2.1	Población.	22
3.2.2	Muestra	22
3.3	Resultados.	23
3.4	Situaciones Planteadas	33
3.5	Soluciones Planteadas.	33
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
4.1	Conclusiones	34
4.2	Recomendaciones	35
	Bibliografías.	36
	ANEXOS	38

ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONES VIRTUALES
EN LA LABOR INFORMATIVA CON PROFESIONALES DEL CÍRCULO
DE PERIODISTAS DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2021

RESUMEN

La presente investigación persigue analizar las estrategias comunicaciones virtuales en la labor informativa con profesionales del círculo periodísticos, estando en un estado actual en el que se encuentra las acciones, políticas y estrategias adoptadas por los medios globales de origen comunicativo reflexionando sobre su situación real y los desafíos que presenta la investigación.

Para tanto lo anterior se llevó a cabo un estudio basado en la información comunicativa digital que supone una nueva forma de elaborar estructura y difunción de noticia. La era digital es el ámbito de los medios de comunicación, los cuales están presentes en la red y se reinventan y crecen continuamente con nuevas herramientas y servicios para promover al máximo las ventajas y lo atractivo de la comunicación informativa y virtual.

Palabras Claves; comunicación estratégica, estructura, medios, informativa, virtual.

ABSTRACT

The present research seeks to analyze the virtual communications strategies in the informative work with professionals of the journalistic circle, being in a current state in which the actions, policies and strategies adopted by the global media of communicative origin are found, reflecting on their real situation and the research challenges.

Therefore, a study based on digital communicative information was carried out, which represents a new way of elaborating structure and dissemination of news. The digital age is the field of communication media, which are present on the Internet and are continually reinventing and growing with new tools and services to maximize the advantages and attractiveness of informational and virtual communication.

Keywords; strategic communication, structure, media, informative, virtual.

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un tema que cobra cada vez mayor importancia, tanto los seres humanos como las estrategias que llevan las organizaciones. Ambos utilizan esta herramienta a diario para lograr el alcance de sus objetivos y metas.

Las estrategias comunicativas deben ser planeadas y manejadas mucho más si hablamos del ámbito virtual, ya que estas son el primer paso para lograr una imagen positiva en la comunidad. Al hablar de la importancia de las comunicaciones destacamos que las malas comunicaciones producen costos sociales y económicos que hasta condicionan la vida de las empresas. Si se interrumpiesen totalmente las comunicaciones en el entorno las empresas digitales morirían.

Hoy como comunicadores nos vemos en la necesidad y obligación de estudiar los procesos comunicativos y sus nuevas estrategias que desarrollan en la sociedad. Nuestra misión ya no es solo informar, sino analizar y comprender aquellos hechos que cobran importancia a diario

Dando así que las estrategias comunicaciones virtuales elaboran una información que da la responsabilidad social y enmarcando la contribución al desarrollo humano dando una confianza hacia los receptores y así la comunidad da para obtener y compartir información instantáneamente desde cualquier lugar y en la forma preferida. Por su parte aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual de un aumento de consumo de material.

El profesional que da la información debe servirse de herramientas tecnológicas para poder desarrollar su trabajo con mayor comodidad y utilizar estos canales de difusión como medios de transmisión de la información en tiempo real, pero sin descuidar la ética profesional en la transmisión de la información. Todo ello compone un conjunto de retos para el periodismo en la información digital.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación Problemática.

Como se tiene conocimiento desde los primeros siglo XIX, la forma de comunicarnos y relacionarnos a cambiado de diferentes maneras facilitando la comunicación entre personas y sociedades en estos periodos los medios masivos de comunicación social han llegado un avance digital en el que su crecimiento a llegado a ser global.

La comunicación dentro de una organización es muy relevante para obtener mejor productividad debido a que la misma refleja la identidad de la empresa, las cuales influyen en los espectadores. Generalmente las organizaciones tienen darle mas importancia a la parte externa que a la parte interna, por la tal razón se propone la aplicación de las estrategias dentro de la comunicación digital.

Hoy en día se ha realizado el problema actual que atraviesa un medio de comunicación se originan por la eficiencia de comunicación interna que mantiene, lo que ha hecho que se vea perjudicada la identidad corporativa, lo cual se refleja en aspectos tales como; falta de integración del personal informativo, puesto a que desde la parte gerencial hacia la parte operativa, regularmente estos son por descuido del personal periodístico al trabajo.

Como se sabe el rol del comunicador hace referencia a una interpretación comunicacional referente a su eficiencia radical en ejecutar políticas y planes con objetivos

a través de un departamento de comunicación que lleve a cabo los principios, estrategias y tácticas definidas, conociéndole un mecanismo apropiado en la organización.

En el papel de la comunicación y sus estrategias en lo virtual tiene un control interno y externo de como que se define de suma importancia como factor englobado de cualquier organización especialmente si se actúa en un entorno variable y proactivo.

1.2 Formulación del Problema.

1.2.1 Problema General.

¿Cómo la comunicación estratégica virtual influye en la labor informativa con profesionales del círculo periodista del cantón Quevedo año, 2021)

1.3 Justificación.

La presente investigación con el fin de analizar como las estrategias comunicación virtual hacen una labor en el circulo de un periodista para identificar las falencias que existen en cuanto a las estrategias de comunicación virtual y realizar un seguimiento de conocimiento en este proceso lineal.

Así mismo sabemos el beneficio inmediato que dará a conocer este proyecto ya que contará con una opción en cuando a la modalidad de estudio. Otro de los factores beneficiarios el circulo periodista pues son atendidos en sus requerimientos de aprendizaje de una manera rápida eficaz y eficiente.

La investigación nos lleva a dar a conocer el proceso de enseñanza y aprendizaje de reconocimiento en base a las estrategias de comunicación para que asi los procesos erróneos que se ejecutan en un profesional en la comunicación sea mejor ejecutados para asi den una estabilidad en el proceso de conocimientos informativos, técnicos y la posibilidad avanzar en lo factible.

En el cual el resultado de dar a conocer es un impacto local y provincial ya que se sentará en bases para futuros procesos que sean similares y a su vez servirá de ejemplo a seguir para un aprendizaje comprensivo en el conocimiento requerido de mejora y enseñanza.

1.4 Objetivo de la Investigación.

1.4.1 Objetivo General.

- Investigar las estrategias comunicaciones virtuales en la labor informativa con profesionales del cirulo de periodistas del cantón Quevedo, año 2021.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Estudiar las bases de las estrategias comunicaciones virtuales en la labor informativa.
- Identificar los beneficios de la comunicación virtual en la labor informativa.
- Proponer un par de estrategias comunicaciones virtuales para impulsar el aprendizaje informativo en los profesionales periodistas.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.2 Marco Conceptual

2.3 Marco Referencial

2.4 Posturas Teóricas

2.4.1 Estrategia de la Comunicación

La estrategia de comunicación suele llegar a confundirse con actividades como el marketing, la publicidad, el desarrollo corporativo, las relaciones públicas por este motivo definiremos el concepto: “estrategias de comunicación es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones o conocimientos con su entorno de aprendizaje público, social y político en una relación positiva desde el punto de vista de sus intereses objetivos, (Fernandez, 2017).

La tarea fundamental de la estrategia de comunicación es proyectar el conocimiento en la identidad, con el fin de crear confianza, nexos y lazos con la comunidad y público objetivo en conclusión con el medio en el cual se inserta.

La idea es actuar para generar de acuerdo a los objetivos de la credibilidad y amplitud para enfrentar posibles conocimientos que se pueden dar debido al impacto social, o político que puede generar en su entorno cercano, en la sociedad. La comunicación es una forma de acción, de interacción simbólica.

El calificativo de estrategia cumple con una sola función sino además delimitadora. Al respecto (Pamela, 2018) define los rasgos que tipifican la comunicación estratégica.

- Se produce en una situación en la que intervienen varios interlocutores.
- Estos interlocutores tienen que tomar decisiones ante la incertidumbre que generan otros interlocutores.
- Las tomas de decisiones se dan en determinados contextos sociales.
- Perseverar en el logro de un objetivo asignador.
- Que se ejecuta, controla y evalúa.

Si bien uno de los principales fundamentos de las estrategias de comunicación es la proyección de la imagen además esta sirve para encauzar el poder de la comunicación con el fin de incidir en los resultados y orientación de los objetivos de un medio, a través del control y la organización. “Es necesario controlar y estructurar la comunicación con el fin de que los resultados se acerquen lo más posible al objetivo”, (Calfuquir, 2020).

Importante es mencionar que la estrategia de la comunicación “se desarrolla en sociedades donde conviven en un sistema político y democrático y a su vez una economía abierta al mercado”, (Herranz, 2019) , donde es necesario, para que se desarrolle libremente, una economía fomentada por la satisfacción de necesidades de un medio o un periodista, es decir la plena libertad del individuo y el respeto de expresión de los medios de comunicación masivos, con el fin de fomentar la diversidad social.

Frente a ello a este tipo de economía del mercado libre es necesario que los medios orienten sus políticas y una gestión pública.

2.4.2 Organización y Comunicación.

Sabemos que la organización y comunicación son fundamental en el flujo de una estrategia virtual por dos conceptos que se encuentran ligados dentro de una empresa que busca conseguir metas y objetivos. Según (Giovanny, 2016), el vínculo entre ambos términos tiene dos componentes:

- Político: la organización y comunicación constituyen en medios de una empresa y a la vez de un medio de comunicación.
- Sociocultural: Pues el peso de valores, representaciones y fenómenos de poder es considerable, tanto para organizaciones como la comunicación.

La comunicación estratégica es una organización que apunta a la coordinación y la concentración de ambas con la finalidad de definir objetivos y posteriormente el alcance de ellos.

2.4.3 Estrategia de comunicación periodística.

La estrategia de comunicación periodística consiste en la elaboración e implementación de una gestión en cumplimiento de estrategias básicas, mediante esto concientizamos sobre la

importancia de una comunicación (interna y externa) y las ventajas de una comunicación efectiva.

En donde la estrategia de comunicación periodística se le puede definir como las medidas adecuadas para una comunicación interna y externa que se puede exteriorizar de una de las formas adecuadas y precisas y que es la elaboración de un plan de trabajo definido para alcanzar un objetivo en común.

2.4.4 Componentes de la estrategia de comunicación periodística.

- Comunicación Interna
- Comunicación Externa
- Comunicación Participativa

Comunicación Interna: Esta es concebida como un proceso comunicativo dirigido a fortalecer las relaciones de quienes conforman un entorno institucional. La implementación incorpora un conjunto de acciones y productos orientados a lograr la vinculación, motivación e integración de los diferentes equipos de trabajos en la institución o empresa.

La comunicación interna deberá proporcionar acuerdos sobre el diseño y ejecución de planes, programas, estratégica y proyectos, Entre los que fortalecerían espacio como:

- Cartelera institucional
- Intranet
- Boletín Virtual

- Actividades de capacitación
- Jornada de comunicación

Comunicación Externa: Es el conjunto de actividades que con los mensajes dirigidos a la creación de mantener o mejorar la excelente relación con los diferentes públicos. Esto permitirá fomentar la practica sociales compatibles con la vida, promover las diversas actividades, productos o servicios y proyectar una imagen favorable de la entidad.

- Medios externos de comunicación masiva.
- Radio, prensa Tv Internet.
- Medios de comunicación institucional
- Comunicados de prensa
- Ruedas de prensa
- Portales web
- Portafolios de servicios
- Eventos públicos

Comunicación Participativa: esta puede incluir y apoyar a las comunidades locales, barriales, comunales y más en la investigación sobre sus necesidades y problemas que los afectan.

Así como en la definición de objetivos y en el diseño de metodología que sean capaces de contribuir con soluciones mediano y largo plazo. Una estrategia de comunicación participativa debe involucrar los siguientes componentes:

- Participación
- Dialogo de saberes
- Intercambio de experiencia
- Creación de alianza

Comunicación Externa: Es el conjunto de actividades que con los mensajes dirigidos a la creación de mantener o mejorar las excelentes relaciones con los diferentes públicos objetivos. Esto permitirá fomentar las prácticas sociales compatibles con la vida, promover las diversas actividades, productos o servicios y proyectar una imagen favorable.

2.4.5 Estrategias Virtuales.

Actualmente las estrategias virtuales son algo que se da por el uso y la implementación de las redes sociales por mediante forma parte de los agentes relacionados entre si que facilitan las diferentes actividades.

La gestión de estrategias de comunicación a través de medios virtuales está empezando a desarrollarse (Galindo, 2019), la gestión de plataformas virtuales da la participación de forma identificativa en las actividades de los medios en un entorno virtual.

El panorama de las redes y medios de comunicación está avanzando continua y rápidamente, apareciendo nuevas formas de cada día, (Raymonds, 2021) califican las diferentes plataformas en términos de su riqueza y capacidad de auto presentación. La realidad es la que las empresas frecuentemente utilizan una cartera de diferentes plataformas cuando involucran a los diferentes agentes a dialogar.

Las riquezas de las plataformas se entienden como la capacidad para ingresar las perspectivas de diferentes formas y para reducir la incertidumbre al clasificar información ambigua, de tal forma que permitía la rápida interacción entre los agentes. Las riquezas de las plataformas favorecen las relaciones entre diferentes agentes, al facilitar la comunicación de información compleja desde distintos puntos de vistas.

Las plataformas como blog que permiten expresar opiniones de las participantes, están favoreciendo el auto presentación de deseos, creencias y otras informaciones personales. Esta capacidad de auto presentación en las plataformas de dialogo incide en mayor participación y permite enriquecer la experiencia del dialogo virtual.

2.4 Hipótesis de la Investigación.

2.4.1 Hipótesis General.

- Investigando las estrategias de comunicación virtual mejoraría la labor informativa con profesionales del círculo periodista del canto Quevedo año 2021.

2.4.2 Hipótesis Específicas

- Estudiando las bases de las estrategias de comunicación ayudaría a la mejora en la labor informativa.
- Identificando los beneficios de la comunicación virtual fomentaría una mejor labor informativa.
- Proponiendo un par de estrategias de comunicaciones virtuales ayudaría en el impulsamiento del aprendizaje informativos en los profesionales periodista.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipos de Investigación.

Investigación Documental – Bibliográfica.

Como se sabe la investigación documental o bibliográfica es la que se basa en la obtención y análisis de datos los cuales provienen de material impresos, digitales u otros tipos de documentos como lo son libros, revistas, periódicos y otras publicaciones que nos permitan la obtención de información en base a nuestro tema de investigación y así facilitar la comprensión del tema y la creación de conclusiones.

Investigación Descriptiva.

En esta investigación con la ayuda de la literatura obtenida y descrita en los datos y características del caso para poder contestar preguntas y aciertos es importante enriquecer el conocimiento acerca de la gestión periodística en la noticia para la funcionalidad. La descripción nos permite conocer sobre las dos variables a tal punto que no podemos sacar conclusiones en base a lo estudiado al conocer sus características.

Investigación Analítica.

En esta es un procedimiento en el que podemos dar por complejo que nuestra investigación es descriptiva y que consiste fundamentalmente en establecer comparación de variables entre grupos de estudios y de control, así además se refiere a la proposición de hipótesis que el investigador trata de probar o invalidar.

Instrumentos.

El instrumento que se utilizó en este estudio es cualitativo en las encuestas que se realizaron a través de formularios en línea por motivo de pandemia. La encuesta fue dirigida al personal del círculo periodístico del cantón Quevedo, para llegar a conocer de mejor manera su percepción sobre las estrategias de comunicación virtuales en la labor informativa.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población.

En el círculo periodístico de la ciudad de Quevedo hay un personal de 80 personas, según la información brindada por la master Liliana Urquiza que es perteneciente a dicha institución.

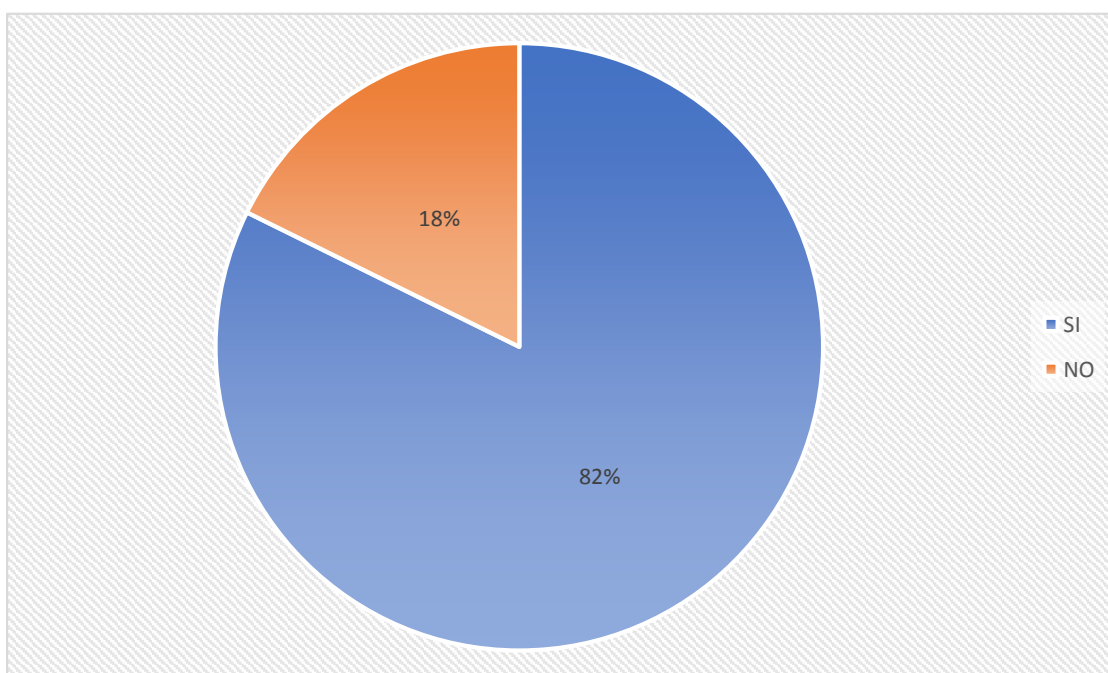
3.2.2 Muestra

En este procedimiento no se pudo llegar a aplicar una fórmula de muestreo por medio de las personas que llegaron a ser de 80 y para poder aplicar dicha fórmula se necesita una cantidad de 100 o más personas para aplicar dicha fórmula.

3.3 Resultados.

1. Conoce que significan las siglas TIC

VARIABLE	RESPUESTA
SI	66
NO	14



Interpretación:

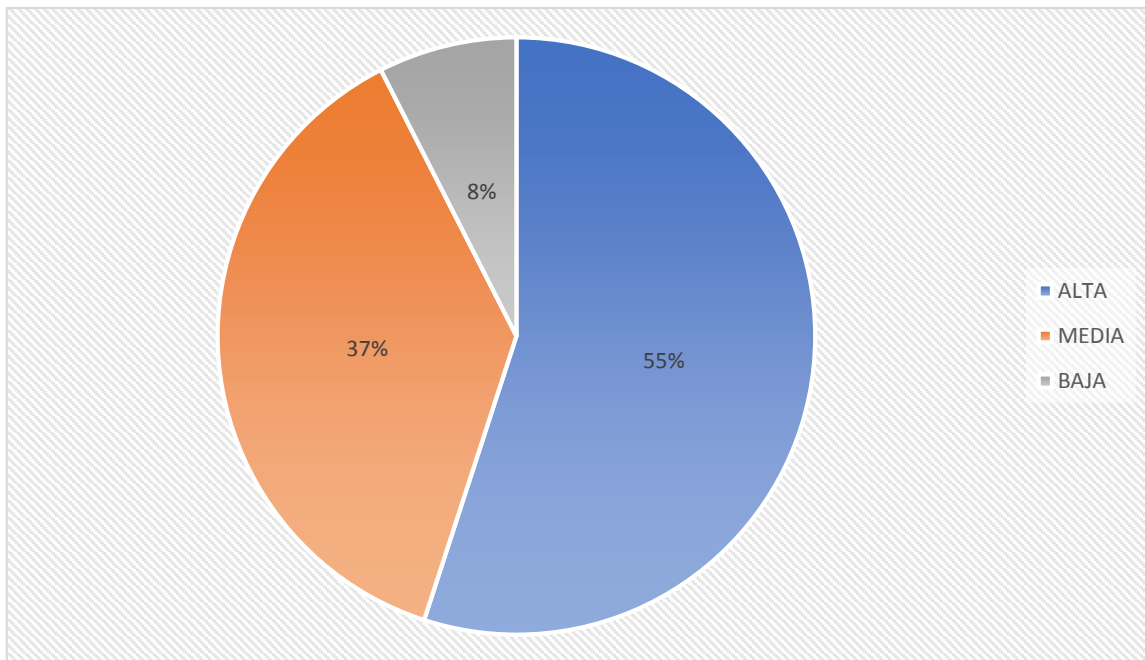
Siendo 80 los periodistas encuestados estipulan que el 82% coinciden que el nivel que si conocen el significado de TIC y mientras el otro 18% estipula que no conoce.

Análisis:

Se destaca que las TIC tienen un gran aporte en la vida de un comunicador social.

1. ¿Cuál es el nivel que aportan las estrategias comunicaciones virtuales en su labor informativa?

VARIABLE	RESPUESTA
ALTA	44
MEDIA	30
BAJA	6



Interpretación:

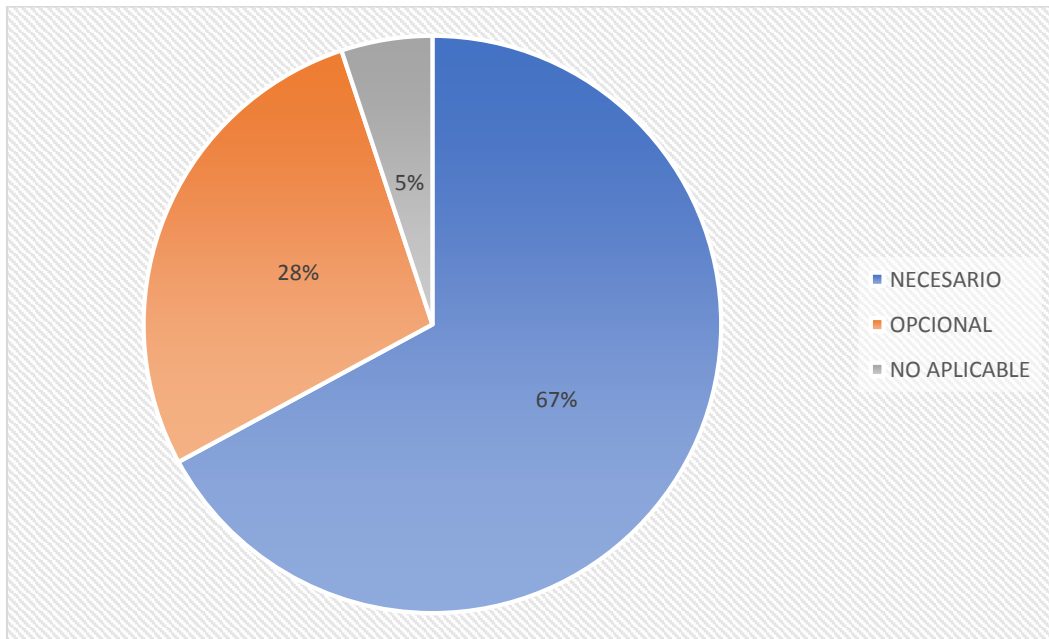
En un total de 80 personas se realizó la siguiente pregunta ¿Cuál es el nivel que aportan las estrategias comunicaciones virtuales en su labor informativa? en el cual un 55% fue Alta otro 37% dijo que es media y un 8% fomento que es baja.

Análisis:

En el cual se determina que es alto el nivel que aporta las estrategias en la labor informativa y si es importante agregarle.

2. ¿Desde su perspectiva, que importancia merece la utilización de recursos tecnológicos, como apoyo didáctico en los procesos de informativos?

VARIABLE	RESPUESTAS
NECESARIO	54
OPCIONAL	22
NO APLICABLE	4



Interpretación:

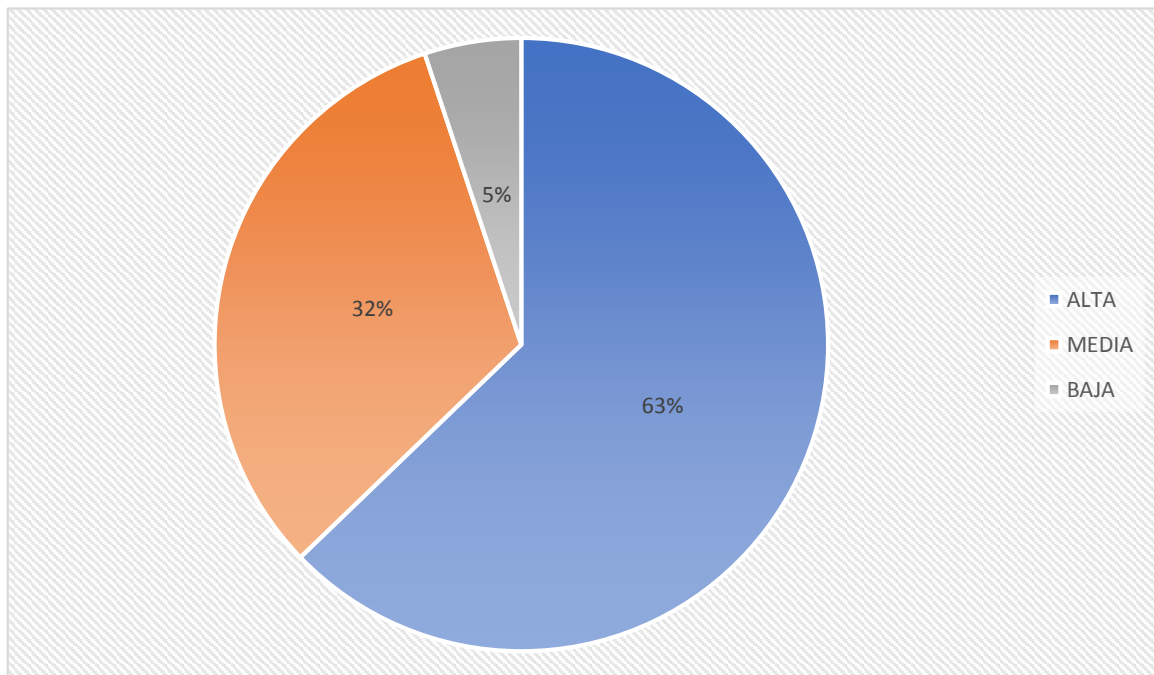
Se determinó con un total de 80 personas la siguiente tabulación en el cual intervino la siguiente pregunta que tubo resultado con un 67% de Necesario, 28% de Opcional y otro de 5% No aplicable este fueron los valores sacados.

Análisis:

Se determinó que si tiene una gran importancia la utilización de recursos tecnológicos, como apoyo didáctico en los procesos de informativos.

3. ¿Qué importancia tienen las estrategias comunicacionales virtuales en su labor informativa?

VARIABLE	RESPUESTAS
ALTA	51
MEDIA	25
BAJA	4



Interpretación:

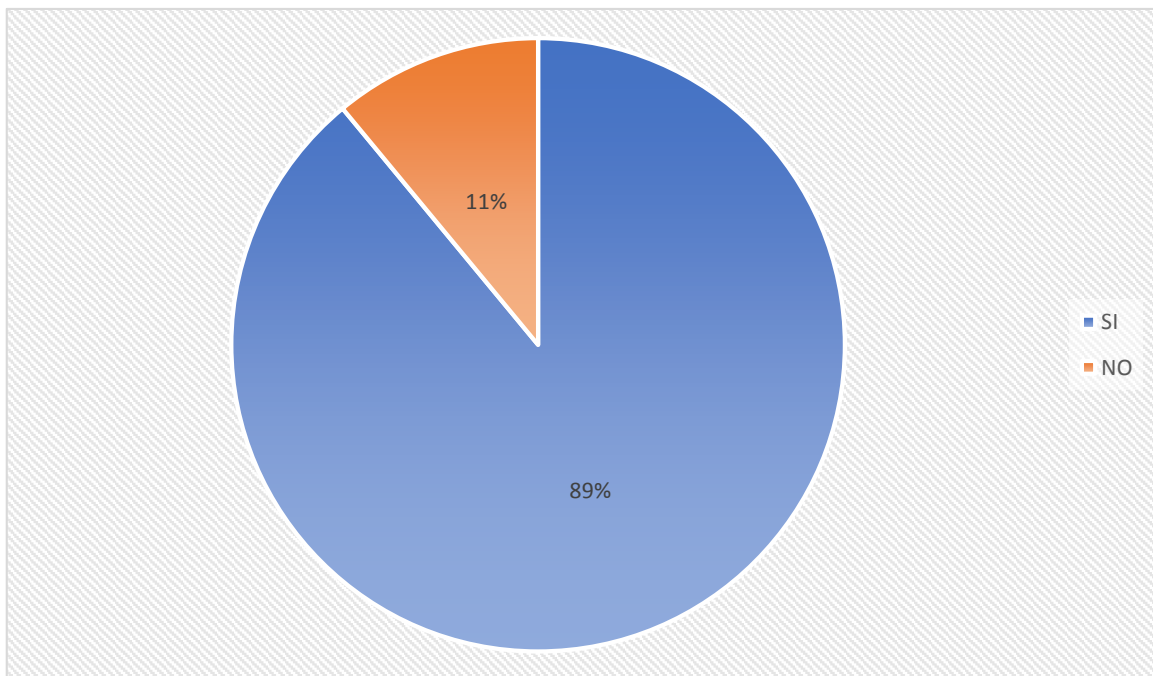
En un análisis de 80 personas se dio como resultado de la pregunta realizada que el 63% Siempre, otro 32% Media y por último unos 5% estos fueron los valores determinados.

Análisis:

Estos fueron los valores que se pudieron pronosticar que tiene mucha importancia las estrategias comunicacionales virtuales en su labor informativa.

4. ¿Cree usted que los recursos tecnológicos favorecen en la adquisición de aprendizajes en su proceso laboral?

VARIABLE	RESPUESTAS
SI	71
NO	9



Interpretación:

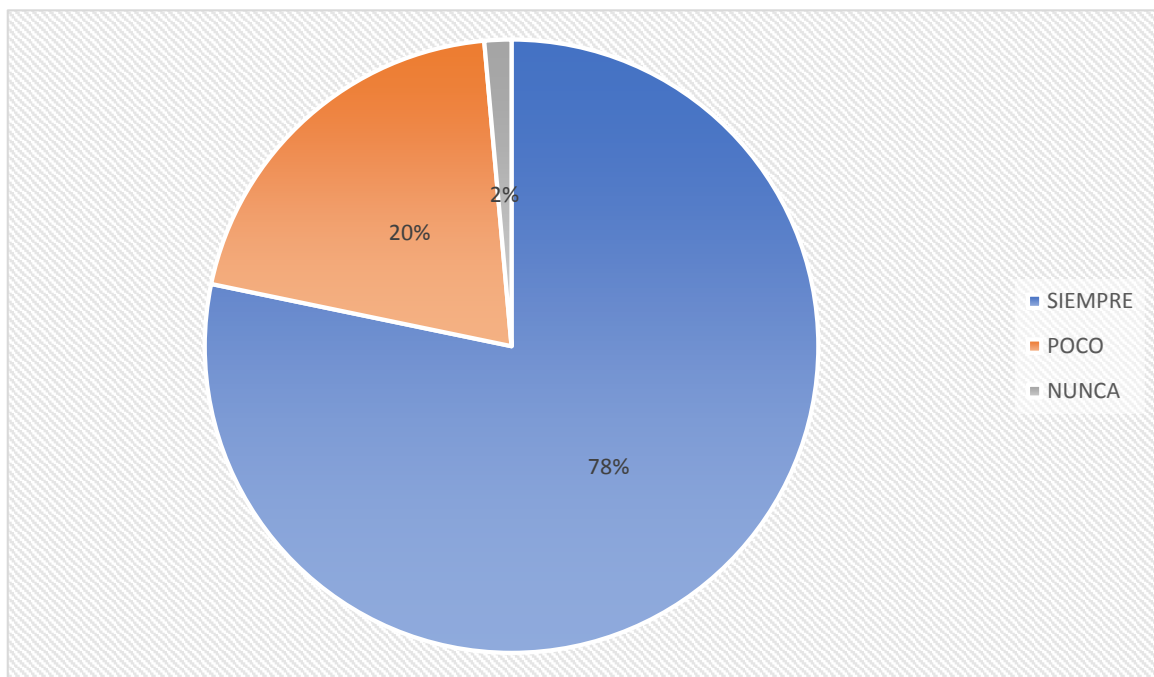
Con un resultado de 80 personas encuestadas se determinó que los recursos tecnológicos favorecen en la adquisición de aprendizajes en su proceso laboral en el cual el 89% dijo que SI, mientras que el 11% aportó a un NO

Análisis:

Se estimula que los recursos tecnológicos si favorecen en su proceso laboral.

5. ¿Con qué frecuencia hace uso de las estrategias virtuales?

VARIABLE	RESPUESTAS
SIEMPRE	62
POCO	16
NUNCA	2



Interpretación:

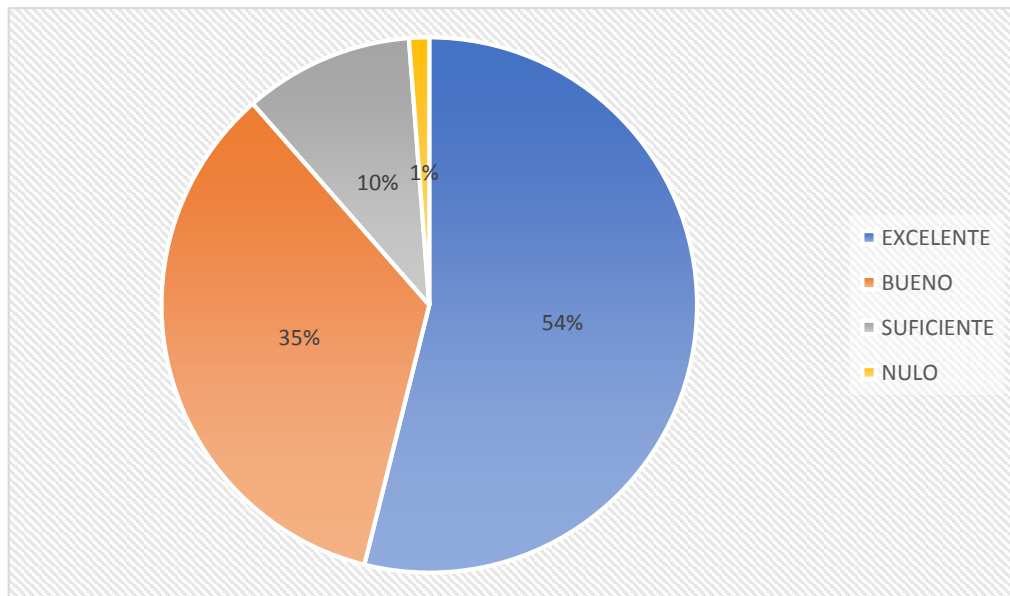
Con un total de 80 periodistas encuestados estipulan con qué frecuencia hace uso de las estrategias virtuales en el cual el 78% es de siempre, el 20% es poco y el 2% es que nunca utilizan

Análisis:

Se destacan que las estrategias virtuales en su mayoría son utilizadas por los profesionales del colegio periodista.

6. El dominio de habilidades que tiene en el manejo de las estrategias virtuales es:

VARIABLE	RESPUESTAS
EXCELENTE	43
BUENO	27
SUFICIENTE	8
NULO	2



Interpretación:

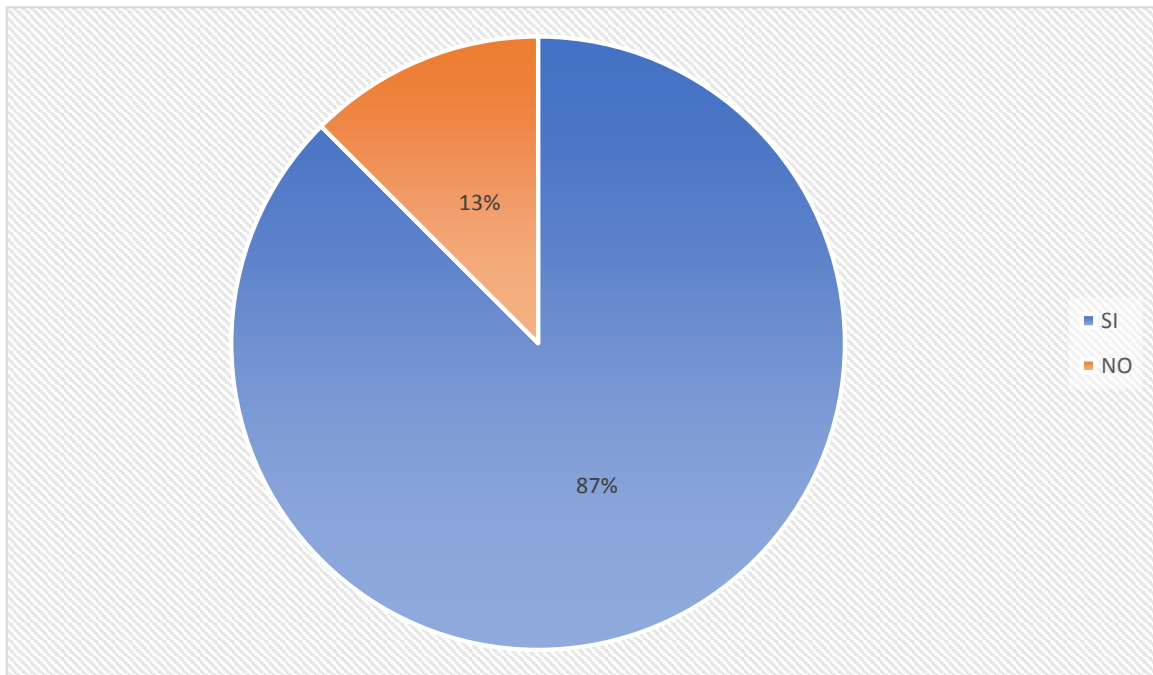
Se determinó que la siguiente encuesta tuvo diferentes valores agregados de la pregunta que se realizó en el cual su tabulación fue de los siguientes resultados un 54% Excelente, otro de 35% Bueno, el 10% Suficiente y 1% Nulo.

Análisis:

Se dieron como resultado que dominio de habilidades que tienen en el manejo de las estrategias virtuales es excelente y bueno.

7. ¿Considera necesarios cursos especiales de formación en el uso las TIC para los profesionales?

VARIABLE	RESPUESTAS
SI	70
NO	10



Interpretación:

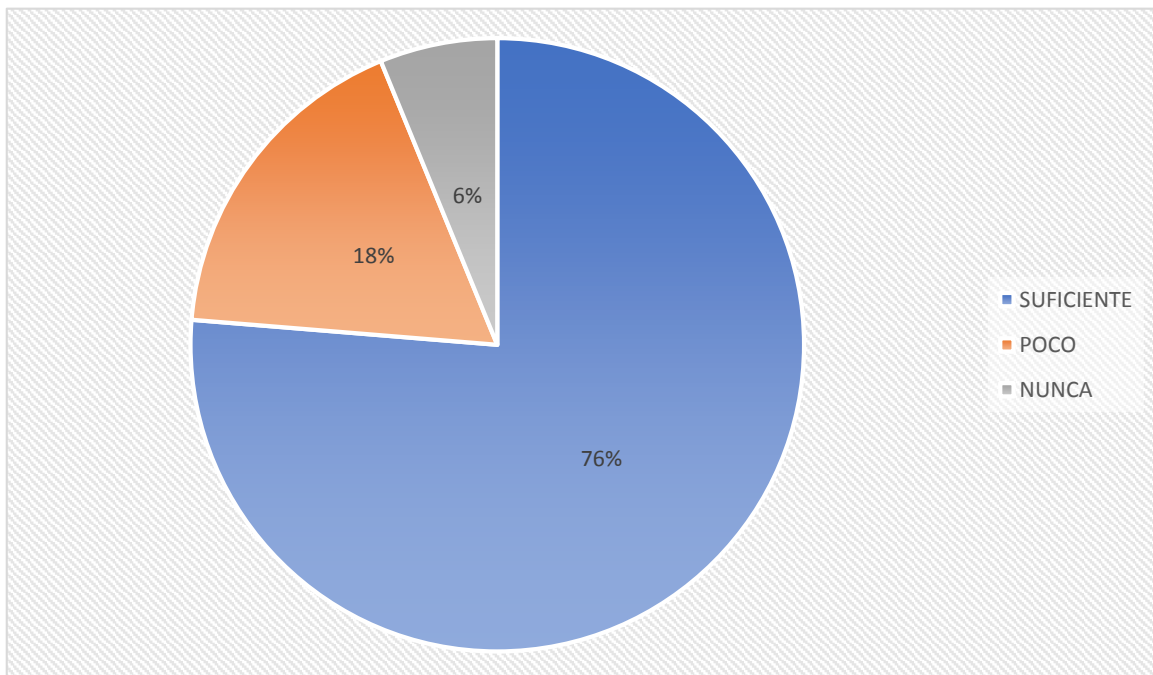
Con un valor de 80 personas se realizó la siguiente pregunta en la cual dio como resultado los siguientes valores que son un 87% que SI y otro 13% que NO.

Análisis:

Como resultado se determinó que si es necesario realizar cursos especiales de formación en el uso las TIC para los profesionales.

8. ¿Utiliza usted el uso adecuado de la tecnología y manejo de la información que esta proporciona?

VARIABLE	RESPUESTAS
SIEMPRE	61
POCO	14
NULO	5



Interpretación:

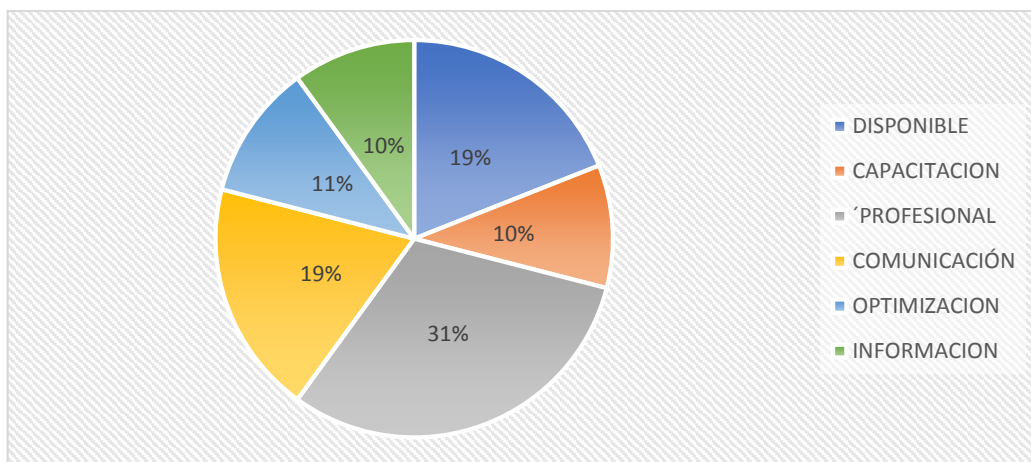
Con un resultado de 80 personas se determinaron diferentes valores de la pregunta que se realizó en el cual fue utiliza usted el uso adecuado de la tecnología y manejo de la información que esta proporciona la cual su variable fue que el 76% Siempre, el 18% que Poco y el 6% que Nunca.

Análisis:

En resultado determinó que si se utiliza el uso adecuado de la tecnología.

9. Desde su punto de vista, ¿cuáles son las ventajas del uso de las estrategias virtuales en su labor informativa?

VARIABLE	RESPUESTAS
DISPONIBILIDAD DE EQUIPOS Y MATERIALES	15
CAPACITACIÓN	8
PROFESIONALES ESPECIALISTAS	25
COMUNICACIÓN	15
OPTIMIZACIÓN DE TIEMPO	9
INFORMACIÓN	8



Interpretación:

Con un valor de 80 personas se realizó la siguiente pregunta en la cual dio como resultado los siguientes valores que son un 19% Disponibilidad de tiempo, el 10% Capacitación, el 31% Profesionales capacitados, 19% Comunicación, 11% Optimización de tiempo y 10% Información

Análisis:

Como resultado se determinó que la mejor ventaja del uso de las estrategias virtuales es tener profesionales capacitados.

3.4 Situaciones Planteadas

El análisis de los hechos planteados nos permitió detectar el carecimiento de información en base a las variables dependiente e independiente de las estrategias comunicaciones virtuales del circulo periodistas dando un mejoramiento de los profesionales del circulo periodista, dando así el carecimiento de capacitaciones en base al tema que se integra a la comunicación en un ambiente positivo de procedimientos estratégicos de por medio.

En vista que a las estrategias de comunicación virtual tiene como objetivo de ver un análisis para la transformación de relaciones con su entorno social desde el punto de vista de nuestros intereses y objetivos. De tal forma que se debe incluir la aplicación de técnicas, herramientas y planes que se integren al circulo de periodistas en una modalidad virtual para la comprensión y administración de mejoras públicas.

3.5 Soluciones Planteadas.

Las soluciones planteadas vistas por mediante la problemática es que se actualicen nuevos conocimientos virtuales en las estrategias de información que de tal manera puedan comunicarse de forma asertiva para dar un mejor procedimiento de comunicación visto en la relación de diferentes aspectos y procedimientos.

Implementando charlas y enseñanzas en base a los temas de estrategias virtuales pues como se sabe los nuevos avances de tecnologías que tenemos llevan a un mayor conocimiento en el que se puede estructurar de manera continúa una mejor atención al público y a sus ves un mejor conocimiento.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Con el desarrollo de esta tesina es posible notar la importancia que tiene las buenas funciones que tienen las estrategias comunicación que ejercen en el círculo periodista a la hora de formar una imagen positiva tanto en su interior como en medio de donde se desempeña.

Además, pudimos ver la utilidad de la comunicación estrategias y organizacional en el desarrollo de los periodistas esto a la hora de establecer sus logros, conseguir sus metas y objetivos, comunicar sus valores y establece lazos y fortalezas, caracterizando el tipo de comunicación difiera a nuestros pares la cual tiene características de ser mucho mas espontanea.

El interés de realizar esta investigación reside en estudiar los procesos estratégicos de la comunicación que se dan a la sociedad sin limitar el desarrollo del periodismo exclusivamente en los medios de comunicación sean tradicionales o no.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda primero conocer las bases teóricas sobre las estrategias que tiene la comunicación pues es indispensable saber la importancia del uso de estas estrategias de comunicación antes aplicadas.

Se recomienda conocer los medios de información que se trabajan para hacer énfasis en algunas fortalezas de las empresas y tener alianzas estratégicas para el uso de información y técnica para continuar una suficiencia correcta y administrativa.

Se recomienda segmentar cuales son las mejores estrategias de comunicación para posicionar un flujo informativo de características y necesidades.

Bibliografías.

Calfuquir . (2020). *Analisis de las estrategias de comunicacion organizacional presente en empresas de servicios basicos*. Obtenido de

<http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2004/ffc151a/pdf/ffc151a-TH.back.1.pdf>

Fernandez . (2017). *Procedimientos en la comunicacion politica y la comunicacion empresarial* . Obtenido de

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/67471/16801023.pdf;jsessionid=861D3ECB9B0C45465F1D578D509E5550?sequence=1&isAllowed=y>

Galindo . (2019). *Estrategias de comunicacion y organizacion*. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199518706016.pdf>

Giovanny . (2016). *Comunicacion Estrategica Interna y Responsabilidad social* . Obtenido

de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/17756/CB-0575503.%20SI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Herranz . (2019). *La comunicacion dentro de las organizaciones* . Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520717023.pdf>

Pamela . (2018). *Analisis de las Estrategias de comunicacionales* . Obtenido de

<http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2007/ffa544a/doc/ffa544a.pdf>

Raymonds . (2021). *Comunicaciones y Relaciones*. Abebook .

ANEXOS

1. Conoce que significan las siglas TIC

- SI ()
- NO ()

1. ¿Cuál es el nivel que aportan las estrategias comunicaciones virtuales en su labor informativa?

- Alta ()
- Media ()
- Baja ()

2. ¿Desde su perspectiva, que importancia merece la utilización de recursos tecnológicos, como apoyo didáctico en los procesos de informativos?

- Necesario ()
- Opcional ()
- No aplicable ()

3. ¿Qué importancia tienen las estrategias comunicacionales virtuales en su labor informativa?

- Alta ()
- Media ()
- Baja ()

4. ¿Cree usted que los recursos tecnológicos favorecen en la adquisición de aprendizajes en su proceso laboral?

- SI ()
- NO ()

5. ¿Con qué frecuencia hace uso de las estrategias virtuales?

- NUNCA ()
- RARA VEZ ()
- SIEMPRE ()

6. El dominio de habilidades que tiene en el manejo de las estrategias virtuales es:

- Nulo ()
- Suficiente ()
- Bueno ()
- Excelente ()

7. ¿Considera necesarios cursos especiales de formación en el uso las TIC para los profesores?

- SI ()
- NO ()

8. ¿Utiliza usted el uso adecuado de la tecnología y manejo de la información que esta proporciona?

- SIEMPRE ()
- RARA VEZ ()
- NUNCA ()

9. Desde su punto de vista, ¿cuáles son las ventajas del uso de las estrategias virtuales en su labor informativa?

- Disponibilidad de equipos y materiales ()
- Capacitación ()
- Profesionales Especialistas ()
- Comunicación ()
- Optimización de tiempo ()
- Información ()



Enviar



Preguntas Respuestas 80

80 respuestas



Se aceptan respuestas

Resumen

Pregunta

Individual

Usuarios que han respondido

jumbo197@hotmail.com

alejandrocezam@hotmail.com

carlos0hj13@gmail.com

jmorales@fcjse.utb.edu.ec

juank100189@gmail.com

willen013@hotmail.com



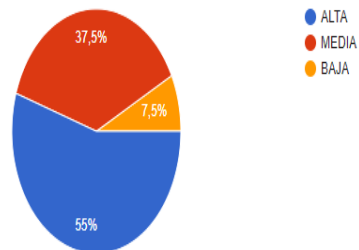
Enviar



Preguntas Respuestas 80

¿Cuál es el nivel que aportan las estrategias comunicaciones virtuales en su labor informativa?

80 respuestas

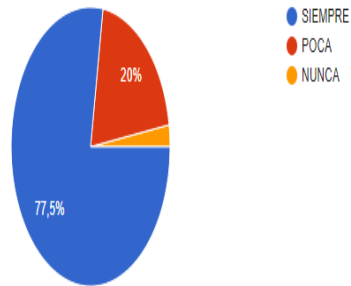




Preguntas **Respuestas 80**

¿Con qué frecuencia hace uso de las estrategias virtuales?

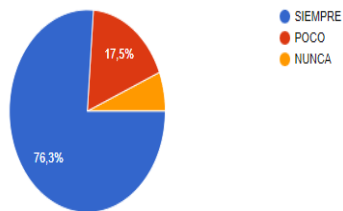
80 respuestas



Preguntas **Respuestas 80**

¿Utiliza usted el uso adecuado de la tecnología y manejo de la información que esta proporciona?

80 respuestas



Desde su punto de vista, ¿cuáles son las ventajas del uso de las estrategias virtuales en su labor informativa?

80 respuestas

