



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)



EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN

PROBLEMA:

ANÁLISIS DE LOS PERFILES PROFESIONALES DEL
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE LA UTB 2021

AUTOR:

ARREAGA RODRÍGUEZ VICENTE NAHÚM

TUTOR:

MSC. HERRERA FLORES ANA ELIZABETH

BABAHOYO - 2023

DEDICATORIA

A Dios por ser mi guía y protector, por darme fuerzas y fe para alcanzar este anhelado sueño. A mis padres, por su apoyo incondicional, por ser el pilar fundamental de mi vida y apoyarme día tras día, todo esto es gracias a ustedes.

De igual manera, le doy gracias a mis compañeros de curso Omaira, Jennifer, Galo quienes me acompañaron a lo largo del trayecto académico. A mi tutora Dr. Anna Herrera y en especial a la Msc. Cecilia Dahik y a las demás personas que me han alentado y me han brindado su apoyo incondicional a lo largo del camino.

RESUMEN

El estudio de caso analizó cuáles eran los perfiles profesionales del departamento de comunicación, de la Universidad Técnica de Babahoyo y su efectividad en la realización de actividades que se relacionan en el entorno institucional, para ello analizar el rol de comunicador e identificar cuáles son las competencias y habilidades, conocimientos, que deben conocer como profesionales de la comunicación para desempeñar a la hora de la práctica en el departamento de comunicación. Con la utilización del método analítico sintético y descriptivo se cumplió con los objetivos, se emplearon como herramientas de investigación como entrevista y de recolección de datos la encuesta a profesionales que trabajan en el área de comunicación. Los resultados indican que los profesionales de la comunicación deben contar con conocimientos, habilidades y competencias para un desempeño laboral óptimo, y es importante que sean innovadores y estén en constante aprendizaje debido que en una IES como la Universidad Técnica de Babahoyo responder a las demandas y exigencias, es muy importante debido a la constante evolución y demanda de las instituciones.

Palabras claves: Perfil profesional, competencias profesionales, departamento de comunicación.

ABSTRAC

The case study analyzed which were the professional profiles of the communication department of the Technical University of Babahoyo and its effectiveness in carrying out activities that relate to the institutional environment, to analyze the role of communicator and identify what are the competencies and skills, knowledge, they should know as communication professionals to perform at the time of practice in the communication department. With the use of the synthetic and descriptive analytical method, the objectives were fulfilled, the research tools used were interviews and the survey of professionals working in the area of communication was used for data collection. The results indicate that communication professionals must have knowledge, skills and competencies for optimal job performance, and it is important that they are innovative and are constantly learning because in a HEI like the Technical University of Babahoyo respond to the demands and requirements, it is very important due to the constant evolution and demand of the institutions.

Keywords: Professional profile, professional competencies, communication department.

ÍNDICE

CONTEXTUALIZACIÓN	7
1. Planteamiento del problema.....	7
2. JUSTIFICACIÓN	8
3. OBJETIVOS	9
4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	9
DESARROLLO	10
5. MARCO CONCEPTUAL	10
5.2 El comunicador en la actualidad	11
5.3 Perfil profesional	12
5.4 Habilidades.....	13
5.5 Competencias del comunicador	15
5.6 Departamento de comunicación.....	16
5.7 Ventajas y Desventajas.....	16
5.8 Redacción periodística	17
5.9 Gestión de procesos comunicacionales	18
5.10 Fotografía	18
5.11 Diseño gráfico	18
5.12 Producción audiovisual	19
6. Marco metodológico	19
7. Resultados	22
8. Discusión de resultados.....	28
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	29
9. Conclusiones	29

10. Recomendaciones.....	29
REFERENCIAS Y ANEXOS.....	30
Referencias bibliográficas.....	30
Anexos.....	34

CONTEXTUALIZACIÓN

1. Planteamiento del problema

Las empresas y organizaciones ven en la comunicación una oportunidad para implicar al público, ya que es crucial para el mundo y la vida cotidiana. Para ello es necesario un perfil profesional adecuado que defina elementos técnicos y estratégicos acordes con el oficio del comunicador. Como lo menciona Jaramillo, O. (2015) “la formación académica, la experiencia laboral y las competencias del cargo, pues son las necesidades empresariales las que crean los perfiles laborales y estos, a su vez, son fundamentales en la selección del profesional”. (p.114).

A lo largo de la historia, los departamentos de comunicación han sido testigo de la evolución y demanda de los perfiles profesionales que componen este sector. La importancia de la formación y capacitación de los profesionales en comunicación es fundamental para garantizar un desempeño eficiente y efectivo en el sector laboral. Sin embargo, en la actualidad, se ha observado una falta de homogeneidad en los perfiles profesionales que se desempeñan en el departamento, lo cual puede ser un indicador de la falta de una formación adecuada y actualizada en el ámbito universitario.

Comprender cuáles son las habilidades, conocimientos y competencias que se requieren en el mercado laboral y cómo se encuentra la formación universitaria en relación a estos requerimientos son necesarias. Además, se pretende identificar las posibles brechas entre la formación universitaria y los requerimientos laborales, con el objetivo de mejorar la formación y capacitación de los profesionales en Comunicación en la Universidad Técnica de Babahoyo.

Este estudio de caso busca contribuir al fortalecimiento de la formación y capacitación de los profesionales en comunicación, mejorando así su desempeño laboral y su inserción en el mercado. De esta manera, la calidad de la formación universitaria garantizará la formación de profesionales competentes y capaces de responder a las exigencias del mercado laboral y las demandas sociales.

2. JUSTIFICACIÓN

El conocimiento de las competencias y la experiencia son necesarias para desempeñar una carrera de éxito, en el ámbito de la comunicación esto permite ayudar a las personas a identificar las áreas en las que necesitan desarrollarse, donde el perfil profesional es un aspecto muy importante, y que en conjunto de un equipo diverso y equilibrado puede aportar una variedad de perspectivas y enriquecer las estrategias de comunicación de una organización. Las recompensas y logros solo se pueden cosechar cuando uno es capaz de desarrollar una carrera de manera óptima.

Si una organización no cuenta con los perfiles profesionales adecuados, puede tener dificultades para implementar sus estrategias de comunicación de manera eficaz. La formación profesional ayuda a las personas a desarrollar habilidades y mejorar su desempeño en el entorno comunicativo organizacional. Además, es necesario que la Universidad Técnica de Babahoyo genere este tipo de estudios para que aporte en este sentido a este proceso formativo.

El análisis de los perfiles profesionales en el área de comunicación, beneficia a personas interesadas en el tema, estudiantes, en especial a los de la carrera de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo, a identificar las competencias y las experiencias necesarias para el éxito. El impacto que se pretende lograr es concienciar de manera positiva la importancia del perfil profesional en un departamento de comunicación.

La realización de este proyecto es posible, debido a que, tiene la colaboración de los profesionales de la comunicación que desempeñan un rol importante en el departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo, quienes detallan información enriquecedora sobre las exigencias profesionales, áreas que demandan los espacios de comunicación en instituciones públicas o privadas.

3. OBJETIVOS

Objetivo general

- Determinar los perfiles profesionales del departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo para determinar su efectividad en la realización de actividades comunicativas en el ámbito institucional.

Objetivos específicos

- Analizar el rol del comunicador y la importancia de su perfil profesional en la actualidad.
- Identificar cuáles son las habilidades y competencias que deben poseer los profesionales del departamento de comunicación para desempeñarse eficazmente en su trabajo.
- Conocer cuáles son las ventajas y desventajas de los profesionales en el departamento de comunicación de una IES.

4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El análisis de los perfiles profesionales dentro de un departamento de comunicación en una IES es un proceso importante para evaluar el desempeño y eficiencia del departamento. Este análisis permite identificar las habilidades y conocimientos esenciales requeridos para desempeñarse en el departamento, así como también evaluar el nivel de capacitación y formación de los profesionales actuales. Este estudio de caso se direcciona a la línea de investigación de la carrera de comunicación gestión de la comunicación y como sub línea comunicación pública, organizacional y política.

DESARROLLO

5. MARCO CONCEPTUAL

En el estudio desarrollado por Chávez, J. (2022), cuyo tema se define: Perfil profesional del comunicador en la sociedad actual: tareas y funciones, en donde el objetivo es enumerar las características del perfil profesional del comunicador social. el comunicador debe ser un agente activo en la construcción de una sociedad más informada, crítica y participativa, por lo que su formación debe estar enfocada en desarrollar competencias en áreas como la gestión de la información, la producción de contenidos, el análisis crítico de los medios y la comunicación estratégica. El artículo aborda las tareas y funciones que debe desempeñar un comunicador en la sociedad actual, incluyendo la capacidad para trabajar en equipo, la habilidad para comunicar de manera efectiva, la capacidad para adaptarse a los cambios tecnológicos, la ética profesional y la responsabilidad social.

En otro estudio investigativo realizado por Murillo, M. (2018) titulado: Desempeño laboral de los comunicadores sociales desde una perspectiva de formación profesional, se enfoca en la evaluación del desempeño laboral de los titulados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Chimborazo, en relación con su formación profesional. El propósito de la investigación es analizar la relación existente entre estas dos variables, utilizando como base la teoría sobre las variables de estudio.

En la investigación desarrollada por Martín, C. Molina, L. Clery, A. & Guillermo, S. (2020), con el tema: La calidad de la comunicación de las Instituciones de Educación Superior del Ecuador, se centra en el análisis de la calidad de la comunicación de las Instituciones de Educación Superior del Ecuador. El objetivo principal de la investigación es examinar la forma en que estas instituciones se comunican con sus distintos grupos de interés y cómo esto afecta su reputación y desempeño, en donde se determina el cumplimiento de las atribuciones y funciones de la agencia ecuatoriana que regula la gestión del aseguramiento de la calidad de la educación superior, declaradas en su Plan comunicacional.

En otro estudio investigativo realizado por Herrera, A. Campi, A. & Dahik, C. (2022) con el tema: Análisis Del Perfil Profesional Del Comunicador Desde La Perspectiva De Docentes Y Directivos De La Carrera cuyo objetivo del proyecto es examinar las competencias de los profesionales desde enfoques académicos, lo cual condujo a la elaboración del escrito universitario.

En la Investigación desarrollada por Bardales, M. (2022) titulado: Evolución del perfil del comunicador social: análisis de las transformaciones del quehacer profesional en donde Se puede observar que no existe un único perfil profesional reconocido para los comunicadores sociales, ya que hay una gran variación en su formación, tanto en términos de teoría como de práctica. El objetivo principal de la investigación es analizar la evolución que ha tenido el quehacer profesional del comunicador desde la mirada de la academia, el ámbito laboral y profesional.

5.1 El comunicador en la actualidad

La comunicación ha cambiado significativamente a lo largo de la historia. Un impacto significativo de la globalización puede observarse en las diversas culturas y sociedades. Dado que vivimos en una época en la que la información es esencial, la sociedad de masas actual requiere la presencia de especialistas en comunicación. La modernidad desafía al sujeto del ser humano a definirse como actor, complementando y contrastando los avances de la razón y el valor de su subjetividad.

El concepto de comunicación popular en América Latina necesita ser reconsiderado para encontrar los perfiles de los comunicadores populares. Para que un comunicador social logre destacar en su carrera, es fundamental que las escuelas de comunicación social o de comunicación ofrezcan una formación completa, ética y responsable. En este sentido, es esencial que el enfoque en las habilidades relacionales sea un elemento central y esencial en su formación, ya que este componente es fundamental e inseparable de la práctica profesional en la comunicación social así lo define Bardales, M. (2022). Debido a esta razón el estudio de las ciencias sociales y su relación con la modernidad está en responsabilidad de los comunicadores por ser la opción de luchar para que progresivamente, los denominados 'info-pobres', no sigan aislados, excluidos involuntariamente.

No cabe duda que la comunicación es una de las profesiones más importantes, de donde procede una gran responsabilidad de quienes hacen posible el trabajo. Un comunicador social, es

la persona responsable de informar a la población día a día. Éste es quien siempre dice las informaciones de maneras claras, objetiva, pero, sobre todo veraz, por tanto, tiende a investigar primero antes de, difundir toda la información.

El comunicador es responsable del entorno que lee, pero, sobre todo, del entorno que construye, será entonces un individuo capaz de configurar puentes para establecer diálogos, favorecer la interacción, para que la comunicación sea efectiva, y así generar un mensaje para un público determinado o hacia las nuevas sociedades. Para Gómez E. & Ruiz, J. (2018) el profesional de la comunicación debe no solo dominar las distintas plataformas digitales, sino también tener habilidades para utilizar un lenguaje claro y adecuado para todo tipo de público, con el propósito de lograr una comunicación completa y comprensible que sea socialmente aceptable y de uso común. Se debe tener en cuenta que una comunicación es eficaz cuando es comprensible para la mayoría.

La capacidad de influir y orientar a las personas es una parte fundamental del trabajo del comunicador social. Cabe destacar que la honestidad es un componente clave de esta carrera porque solo así la sociedad recibirá información imparcial y fidedigna. Según Aguiar, N. & Medranda, N. (2018), el comunicador debe crear y trabajar para construir procesos transparentes como parte de su responsabilidad social. Con el fin de crear una nueva sociedad, el comunicador frecuentemente actúa como mediador para cuestiones que son políticas, económicas o sociales. Por lo tanto, se convierte en un puente de conocimiento con la capacidad de llevar a cabo esta transferencia directa de información y tecnología.

5.2 Perfil profesional

Según (Martelo, Jiménez, & Quintana, (2018) menciona que “Un concepto utilizado con frecuencia es el de perfil profesional, el cual describe y analiza las competencias que deben tener los egresados”. (p.30) Al terminar de estudiar la carrera de comunicación el profesional se ve en la necesidad de contar con ciertas capacidades para poder abrirse paso en el mundo laboral. Igualmente, de este modo puede desempeñarse en cualquier cargo de esta variada profesión, en la actualidad el ser comunicador no trata solo de la buena expresión y el manejo de un lenguaje fluido. El advenimiento de la era digital, las redes sociales y los nuevos métodos de distribución de material han ampliado el abanico de habilidades requeridas a los comunicadores, ya que estos

avances provocan cambios a los que hay que adaptarse para mantenerse informado sobre una sociedad en continuo cambio.

Álvaro, M. & Alba, C. (2020) interpretan que los nuevos aspectos y requisitos más ligados al perfil del periodista actual se mezclan con las competencias periodísticas clásicas. Para realizar un trabajo competente, y necesario contar con una amplia capacidad de investigación y de análisis. el proceso de investigación deberá estar orientado a buscar datos e información desde el punto de partida que encierre una situación en particular, así como también se debe ser lo más perspicaz posible para obtener información variada y de importancia, lo cual complementa el perfil del profesional.

5.3 Habilidades

En la actualidad, el mundo está en constante cambio y evolución, y la comunicación es una herramienta esencial para navegar este entorno en constante cambio. En este contexto, la creatividad y el liderazgo son habilidades clave que un comunicador debe poseer para tener éxito en su carrera. Para Barrero, A. (2014) menciona que: “Las habilidades estratégicas entre ellas el pensamiento estratégico y la formulación de ejes estratégicos, la capacidad de trabajar en equipo, la creatividad, la habilidad integradora, el ser empático y el liderazgo son los factores que más se resaltan en las perspectivas investigadas”. (p.86)

En primer lugar, la creatividad es fundamental en el campo de la comunicación. Un comunicador creativo puede desarrollar soluciones innovadoras para los desafíos de comunicación, lo que le permite destacar en un mercado cada vez más competitivo. La creatividad permite al comunicador ofrecer una perspectiva única y fresca a los mensajes que se transmiten. Para Valero, J. (2019) “Consiste en encontrar procedimientos o elementos que nos permitan realizar labores de forma distinta a la habitual para lograr un determinado objetivo”. (p.153)

La adquisición y el desarrollo de estas habilidades dependen del plan de estudios de las carreras universitarias, que refleja el interés, las necesidades y la demanda de la sociedad, así como el fortalecimiento de habilidades para observar, formular preguntas, argumentar y sistematizar información, con el fin de gestionar el conocimiento de manera efectiva, así lo afirma Icaza, C. Riquero, C. Peña, D. & Marín, I. (2018). Al ser capaces de pensar fuera de la caja, los comunicadores creativos pueden idear formas de comunicar información de una formas más atractiva y eficaz, lo que es crucial para captar y mantener la atención de la audiencia. Así mismo,

la creatividad hace que los comunicadores sean más adaptables y flexibles a las distintas situaciones que pueden darse en el trabajo.

En segundo lugar, el liderazgo es otra habilidad importante que todo comunicador debe poseer. Los comunicadores con dotes de liderazgo pueden animar e inspirar a los demás para que compartan su visión. Cuando se trata de gestionar equipos, las dotes de liderazgo son cruciales, porque un jefe de equipo eficaz puede sacar lo mejor de cada uno de sus miembros y trabajar con ellos para alcanzar objetivos comunes. Los líderes pueden tomar decisiones difíciles y mantener la compostura bajo presión, lo que es esencial en el ámbito de la comunicación, donde el tiempo y la precisión son cruciales.

Además, el liderazgo también se relaciona con la capacidad de comunicación efectiva. Un buen líder sabe cómo comunicar ideas y objetivos de manera clara y concisa, lo que es fundamental para mantener a todos en el mismo camino y evitar malentendidos. Los líderes también saben escuchar y valorar las opiniones de los demás, lo que es clave en la toma de decisiones y para la creación de un ambiente de trabajo colaborativo. Según García, A. (2018) el liderazgo motiva a las personas a alcanzar metas con entusiasmo y de manera voluntaria, mientras que la dirección se enfoca en el mantenimiento del sistema a través de la planificación y el control.

Los comunicadores innovadores pueden crear nuevas tácticas de comunicación que mejoren la creación de relaciones duraderas con el público. Los comunicadores innovadores pueden producir campañas publicitarias más imaginativas y exitosas, lo que a su vez puede aumentar la retención del público. En el campo de la comunicación, la formación continua es igualmente crucial. Los profesionales de la comunicación deben mantenerse al día de las tendencias y tecnologías más recientes porque el sector de la comunicación está en constante cambio. Los comunicadores que no estén dispuestos a adquirir nuevas habilidades y adaptarse a los cambios de su sector corren el riesgo de quedarse rezagados y perder la oportunidad de atraer con éxito a su audiencia. Si una persona puede conectar conceptos a través del aprendizaje, se dice que ese individuo es creativo. Valero, J. (2019)

El aprendizaje continuo también es importante para desarrollar habilidades como la resolución de problemas y la toma de decisiones efectivas. Los comunicadores que están dispuestos a aprender de sus experiencias y errores pueden mejorar sus habilidades y convertirse en mejores profesionales de la comunicación. Además, el aprendizaje continuo puede permitir a

los comunicadores ampliar sus habilidades y conocimientos en áreas relacionadas, lo que les permitirá ser más efectivos en su trabajo.

5.4 Competencias del comunicador

Según las últimas investigaciones se ha determinado que entre las competencias del comunicador pueden constar las siguientes:

Según Roveda, A. (2007) en cuanto a las competencias en comunicación, considera que el estudiante debe ser capaz de mostrar sus capacidades para resolver situaciones problemáticas dentro de la disciplina. Esto incluye analizar escenarios posibles y reales, establecer criterios de cambio y proponer estrategias para la resolución o gestión de problemas de comunicación. Además, el alumno debe ser capaz de conceptualizar, sugerir, diseñar y poner en práctica explicaciones y soluciones alternativas para cuestiones relacionadas con la comunicación y el periodismo. Dicho de otro modo, esta competencia exige que el alumno demuestre que es capaz de aportar ideas viables, métodos para contrastar hipótesis y soluciones alternativas.

Debido a la amplia gama de competencias específicas, el proyecto Tuning - América Latina tuvo extensas discusiones para agruparlas en 12 áreas temáticas, como lo señalan Villanueva, J. Auz, D. & López, K. (2021). A lo largo de este proceso se enfatizó la importancia de la educación, reiterando su papel vital en el descubrimiento y desarrollo de estos talentos en entornos cooperativos. Estos entornos no sólo abarcan las interacciones entre alumnos y profesores, sino también otros ámbitos que ofrecen apoyo. Dentro del listado de las competencias 9 son las que se refieren al periodista en la actualidad.

- La responsabilidad social y compromiso ciudadano
- La capacidad de comunicación oral y escrita
- La capacidad de investigación
- Habilidades para buscar, procesar y analizar información de fuentes diversas
- Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas
- La capacidad de trabajo en equipo
- La habilidad para trabajar en forma autónoma
- El compromiso ético

5.5 Departamento de comunicación

Según Márquez, J. García, W. & Mejía, L. (2017) “En la actualidad las acciones que realizan en las instituciones giran en torno a la comunicación, ya que de esta depende el logro de los objetivos organizacionales”. (p.558) Debido a esta razón, las grandes instituciones de educación superior como la Universidad Técnica de Babahoyo cuenta con departamento de comunicación que le otorgan un alto valor.

Cualquier organización, ya sea una empresa, una institución pública, una IES, una ONG u otro tipo de organismo, debe contar con un departamento de comunicación. Gestionar la comunicación de la organización, tanto interna como externa, es su principal deber. Desarrollar la estrategia de comunicación de la organización es una de las principales responsabilidades del departamento. Esto implica determinar los objetivos de comunicación, el mercado objetivo y las mejores herramientas y canales de comunicación para llegar a ellos.

La principal responsabilidad del departamento de comunicación de la UTB es producir y distribuir material. Esto incluye la redacción de comunicados de prensa para la universidad, la producción de material gráfico y audiovisual, la gestión de las redes sociales y la planificación de actos para el público en general. Es crucial que los contenidos se ajusten a la estrategia de comunicación y se modifiquen para los distintos canales y públicos destinatarios. Según Márquez, J. García & L. Mejía (2017), la puesta en marcha de planes de acción o reformas que aborden los retos a los que se enfrentan las instituciones es la forma en la que se alcanza el éxito institucional u organizacional.

5.7 Ventajas y Desventajas

Ventajas

- Permite a las instituciones u organizaciones comunicarse de manera efectiva con su comunidad estudiantil, profesores y personal administrativo.
- Mejora la imagen y reputación de la universidad IES a través de la difusión de noticias, logros y eventos relevantes.
- Aumenta la visibilidad de las instituciones a nivel local, regional y nacional.
- Ayuda a mantener una comunicación constante y efectiva con los medios de comunicación y otras instituciones relacionadas.

- Permite la gestión de crisis y situaciones de emergencia de manera efectiva.

Desventajas

- Puede haber conflictos de intereses entre los diferentes departamentos de la universidad en cuanto a los mensajes y contenidos que se deben comunicar.
- Puede haber limitaciones en el presupuesto y recursos del departamento de comunicación, lo que dificulta la ejecución de actividades y estrategias más ambiciosas.
- Puede haber problemas para medir el impacto y los resultados de las actividades de comunicación.

En el entorno profesional en el departamento de comunicación exige a personas que trabajan en ese lugar, conocimientos necesarios en varias áreas, los cuales, junto a la práctica, permiten un buen trabajo en la institución u organización, ya que los comunicadores crean y difunden el contenido en diversos formatos para la audiencia de las instituciones u organizaciones.

5.8 Redacción periodística

Según Bravo, J. (2014), todo texto debe tener una organización clara y sistemática de las ideas para garantizar la coherencia y exactitud de su contenido. En el caso del periodismo, su objetivo es también retratar la perspectiva global. Ante todo, la capacidad de la escritura periodística para informar a la sociedad de los acontecimientos locales, nacionales e internacionales importantes es lo que le confiere su relevancia. Es responsabilidad del periodista recopilar los datos pertinentes y transmitirlos de manera que el público en general pueda entenderlos. Para que la información que se transmita sea exacta y digna de confianza, la redacción periodística debe ser precisa, rigurosa y objetiva. Esto es crucial en estos momentos, ya que las noticias falsas y la desinformación se han extendido por todo el mundo.

La redacción periodística es una herramienta crucial para los trabajadores del departamento de comunicación de comunicación porque les permite transmitir su mensaje a la audiencia de forma precisa, sucinta y eficaz. El potencial de la redacción periodística para moldear la opinión pública, promover la discusión y el debate y contribuir a construir una sociedad culta y crítica es lo que la hace tan importante.

5.9 Gestión de procesos comunicacionales

La gestión de la comunicación, según Peraza, M. (2018), enfatiza la noción de que es más que una herramienta o estrategia y es vital para una organización. De hecho, los desarrollos internos y externos de la organización son impulsados en su mayoría por la comunicación. La capacidad de reconocer oportunidades y peligros en el entorno de la comunicación es otro beneficio del conocimiento del comunicador sobre la gestión del proceso de comunicación.

Al conocer los fundamentos teóricos y metodológicos de la gestión de procesos comunicacionales, el comunicador puede identificar tendencias, oportunidades y amenazas en el entorno comunicativo, lo que le permite diseñar estrategias y herramientas que se adapten a las necesidades de cada situación comunicativa y minimizar los riesgos asociados. Esto implica según Navarro, F. Alaguer, R. & Moreno, F. (2020) la creación de estrategias que fomenten la interacción, el diálogo y la integración, entre otras cosas, y que conduzcan al éxito del objetivo deseado

5.10 Fotografía

Un componente esencial para transmitir correctamente los mensajes es la imagen. Dado que permite captar y transmitir información de forma visualmente atractiva y relevante, la fotografía en particular es una herramienta crucial para el comunicador. Además del simple hecho de captar una imagen de un acontecimiento, su impacto se ve incrementado por su difusión y propagación, así como por su capacidad para afectar a diferentes estratos y niveles sociales menciona J. Pérez & W. Prada (2022). Un comunicador que sepa utilizar la fotografía con eficacia podrá ofrecer contenidos atractivos y atractivos que fomenten la interacción de la audiencia. El uso de fotos originales también puede influir en el posicionamiento de un sitio web o una marca en los resultados de los motores de búsqueda, lo que aumenta la confianza de la audiencia en el comunicador y su mensaje.

5.11 Diseño gráfico

Cepeda, M & Salas, J (2018) señala que los diseñadores gráficos crean conceptos visuales a mano o con la ayuda de herramientas digitales para comunicar mensajes que inspiren, eduquen o cautiven a los clientes. La capacidad de controlar la apariencia de la propia marca o de la empresa para la que se trabaja es posible gracias a la comprensión del diseño gráfico. Un comunicador familiarizado con los conceptos y métodos del diseño gráfico puede asegurarse de que la imagen

de su marca sea coherente y tenga un efecto favorable en la audiencia. El diseño gráfico se encarga de crear y gestionar la identidad visual de una marca.

Sin embargo, el comunicador también puede tener una ventaja competitiva si posee competencias en diseño visual. La capacidad de crear gráficos se ha revalorizado en el mercado laboral a medida que vivimos en una sociedad más orientada a lo visual. La capacidad de un comunicador para utilizar software de diseño gráfico podría proporcionarle una ventaja competitiva a la hora de producir información visual, lo que puede desempeñar un papel importante a la hora de elegir candidatos para determinados trabajos o proyectos. Según Suárez, F. (2020), el valor de tener habilidades técnicas va más allá de cumplir los requisitos mínimos a lo largo de la culminación de la producción de un trabajo creativo.

5.12 Producción audiovisual

. Como menciona Ortiz, M. (2018) “Por tanto, producción es un término polisémico que se aplica a distintos aspectos de la obtención de la obra audiovisual. Por un lado, se refiere al proceso general de creación de una obra audiovisual, es decir, a toda la actividad que empieza con la idea y termina con la obtención de la copia estándar”. (p.5) Los vídeos, por ejemplo, son uno de los formatos más populares en las redes sociales y otras plataformas digitales. Por lo tanto, un comunicador que domina las técnicas de producción audiovisual puede crear vídeos más atractivos y con un mayor impacto en la audiencia. Además, la producción audiovisual permite al comunicador utilizar diferentes técnicas de grabación y edición para crear contenidos más dinámicos y atractivos.

6 Marco metodológico

Enfoque

Según Pereira, Z. (2011), los diseños de investigación de enfoque mixto permiten la combinación de metodologías cuantitativas y cualitativas para desarrollar una comprensión más completa y profunda de un fenómeno de investigación (2011). Es decir, los investigadores pueden obtener una comprensión más amplia y profunda del tema que están investigando mediante la integración de muchos puntos de vista y metodologías.

El presente estudio de caso tiene un enfoque mixto, él está orientado a la observación de las características y datos del perfil profesional del comunicador, para luego ser expuesto de forma

detallada, sistematizada y minuciosa, junto a su relación en el departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo.

Métodos

Método analítico sintético

El método a emplear es el analítico sintético, que nos brinda la capacidad de combinar las partes que previamente hemos analizado, permitiéndonos descubrir las relaciones y características generales que existen entre los elementos de la realidad. Al unir estas partes, podemos obtener una visión más amplia y completa del tema que estamos investigando, lo que puede ayudarnos a entender mejor las dinámicas y relaciones que existen en la realidad.

Portilla, G. & Honorario, C. (2022) menciona que el método analítico-sintético es una técnica combinada que permite al lector descomponer y recomponer un texto mediante una serie de procesos que mejorarán su comprensión de los textos que contienen argumentos. Este método, que pretende facilitar la comprensión de los escritos argumentativos, consiste en descomponer la sustancia del texto en componentes individuales para analizarlos meticulosamente y, a continuación, recomponer las piezas de forma lógica y coherente para adquirir un conocimiento global del texto.

Método descriptivo

Para Abreu, J. (2015) “El método descriptivo busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores. Se refiere a un método cuyo objetivo es exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad en estudio con los criterios establecidos por la academia”. (p.208)

El enfoque metodológico que se empleó en este estudio de caso es el método descriptivo, el cual permite reunir, estructurar, resumir y analizar los hallazgos obtenidos a través de la observación. Este método involucra la recopilación sistemática y la presentación de datos con el objetivo de proporcionar una comprensión detallada de un acontecimiento en particular.

Técnica de investigación

Entrevista

Tejero, J. (2021) la entrevista como técnica de investigación es “Una conversación provocada por el entrevistador, dirigida a un número relevante de sujetos que han sido elegidos en base a un plan de investigación. Tiene una finalidad cognoscitiva y está guiada por el entrevistador sobre la base de un esquema determinado de interrogación”. (p.66)

La entrevista es una técnica de investigación que permite al investigador tener un contacto directo con los individuos de la realidad que está estudiando. Se entrevistó a la directora del departamento de comunicación y a la ex directora para conocer información que ayuda a la realización del estudio, donde se plantean preguntas relacionadas al perfil profesional del comunicador en el departamento de comunicación, habilidades, cargo, desempeño etc.

Encuesta

Como menciona Useche, M. Artigas, W. Queipo, B. & Perozo, E. (2019) “La encuesta es una técnica que consiste en obtener la información directamente de las personas que están relacionadas con el objeto de estudio; sin embargo, se diferencia de la entrevista por el menor grado de interacción con dichas personas”. (p.31) Se seleccionó la encuesta como técnica de investigación para su ejecución a los profesionales que trabajan en el departamento de comunicación, cuya información es importante para el estudio, porque nos permite conocer su desempeño, perfil profesional, y el entorno en donde trabajan.

Herramientas

Las herramientas utilizadas dentro de la investigación son las herramientas que están conformadas por un banco de preguntas, que ayudarán para la recopilación y almacenamiento de la información a través de la entrevista y un cuestionario de preguntas que serán utilizadas para realizar al equipo de trabajo del departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo.

7 Resultados

Resultados de la entrevista a la directora del departamento de comunicación de UTB

Los instrumentos utilizados para obtener los resultados del presente estudio de caso, fueron la entrevista, que ayudó a recoger la información de la comunicación como la directora del departamento de comunicación la Msc. Evelyn Lozano y la ex directora Dr. Cumandá Campi, donde se logró corroborar la información antes recopilada sobre el perfil del comunicador, y la encuesta a los colaboradores en el departamento de comunicación, que mostro información que respalda la investigación.

Al momento que nos desempeñamos en el ámbito laboral de una institución u organización, es importante que contemos habilidades que complementen nuestro perfil profesional como el manejo de una comunicación asertiva, empatía, confianza, concentración, interacción con la audiencia y liderazgo, que permiten comunicarnos de manera efectiva, clara y persuasiva adaptándose a los diferentes escenarios que se nos presente para que de esta manera cumplamos con el objetivo.

Como directora del departamento de comunicación manejo las áreas de Diseño (línea gráfica institucional), Fotografía (comunicación visual), video producción audiovisual y página web Institucional, redes Sociales, son conocimientos fundamentales dentro del área comunicacional, las cuales son importantes para la promoción de nuestra institución y relaciones públicas que permite la construcción de una imagen positiva y un manejo optimo de crisis.

La estructura organizativa del departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo es bien estructurada, manejada con responsabilidad, capacidad y orientada a las nuevas formas de difusión que impone la actualidad comunicacional, esta es importante, por que permite una comunicación efectiva, coordinada y eficiente en la UTB, lo cual mejora la trabajo y adaptabilidad de la institución.

En el departamento de comunicación se utilizan los siguientes medios de comunicación, como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, que permiten que la universidad técnica de Babahoyo tenga una comunicación interna en donde se desarrolla el manejo de información entre empleados, colaboradores y directiva de la universidad por medio de correos institucionales,

también externa para la comunicación de los comunicados institucionales, cronogramas, boletines y eventos para los estudiantes de la institución.

En el departamento de comunicación se realizan evaluaciones semestrales las cuales permiten conocer las debilidades y las fortalezas de cada uno del miembro que trabajan en el departamento de comunicación de la UTB, estas ayudan a mejorar las tareas y responsabilidades de una manera positiva el equipo de trabajo, gracias a estas evaluaciones obtenemos una retroalimentación constructiva.

El departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo actualmente cuenta con 4 profesionales de la comunicación los cuales tienen un perfil acorde a las exigencias que se necesitan para tener éxito en el campo laboral.

Uno de los desafíos que tenemos en el departamento de comunicación es el alcance de difusión digital de la UTB, debido que hay competencia en el mercado de las Instituciones de educación superior, porque tenemos que adaptarnos a la audiencia la cual puede ser diversa, con necesidades diferentes, también como desafío se presenta los cambios tecnológicos constantes, los cuales no exigen actualizarnos y adaptarnos a ellos.

Personalmente, los perfiles profesionales del departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo incluyen una evaluación de la estructura organizativa del departamento, los medios y plataformas de comunicación utilizados, la frecuencia de las evaluaciones de rendimiento de los miembros del departamento, el número de miembros del personal, los mayores retos a los que se enfrenta actualmente el departamento.

Resultados de la Entrevista a la ex directora del departamento de comunicación Dr. Cumandá Campi.

Durante mi gestión en el departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo trabaje 4 años en donde tenía el cargo de directora de comunicación. Al departamento se lo dotó del personal con un perfil óptimo para el área de comunicación y de los implementos necesarios para la realización de una comunicación efectiva: El personal lo componían un diseñador gráfico, una redactora y una directora además del acompañamiento de equipos de cómputo, cámara y filmadora.

Durante mi gestión Se realizó una encuesta para saber cuáles eran las debilidades y fortalezas de la comunicación en la institución. De allí que salió la necesidad de contar con un medio de comunicación institucional como lo era la Gaceta Universitaria. Y los boletines ya se enviaban redactados, revisados y aprobados a los medios de comunicación para que sean difundidos.

En mi estadía como directora del departamento de combinación de la UTB maneje las áreas de revisar, controlar y monitorear que la información esté bien realizada y que sea enviada y difundida en todos los medios de comunicación. Además de esta la planificación y organización de eventos desde las sesiones solemnes hasta los juegos tradicionales que desarrollan en la Universidad Técnica de Babahoyo.

Uno de los mayores desafíos es que ahora toda persona se cree comunicador porque toma una fotografía de un evento y lo sube a las redes sociales. Si bien es cierto que las redes sociales son muy importantes para llegar a lo más recóndito y al momento con la información, no es menos cierto que se ha trastocado toda esa magia de hacer buena comunicación, de darle un plus a través del buen uso de la palabra y el valor de lo que se escribe y se quiere comunicar, dejando la identidad de la empresa porque cada institución se sujeta a una forma o modo de comunicar. (es algo así como ponerle el alma a la comunicación).

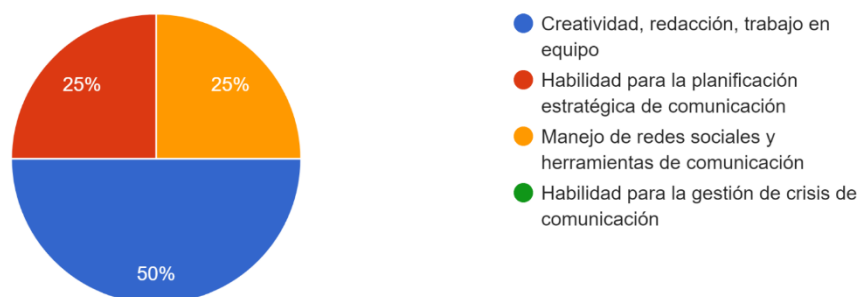
Un profesional de la comunicación, que tenga un perfil de excelencia tiene que saber investigar, leer, redactar y expresarse, además de analizar toda información que llega a sus manos y valorarla. Y siempre actualizarse en el uso de las herramientas tecnológicas, debido que estas están en un constante cambio, además que permite que las funciones del departamento de comunicación alcancen los objetivos esperados de la institución.

Con la obtención de las respuestas de la entrevista a la ex directora del departamento de comunicación de la UTB, se observó que el perfil del comunicador debe estar en constante aprendizaje debido a la demanda de profesionales competentes y capacitados los cuales ayuden a las instituciones de educación superior u organizaciones a cumplir los objetivos de estas. Se puede observar que actualmente el departamento de comunicación majear profesionales que han adaptado a las demandas del ámbito laboral con conocimientos comunicacionales y habilidades para que pueda fluir una comunicación excelente en la Universidad Técnica de Babahoyo.

Resultados de la encuesta a colaboradores del departamento de comunicación de UTB

La muestra de estudio estuvo conformada por 4 profesionales de la comunicación que trabajan en el departamento de comunicación de la universidad Técnica de Babahoyo. En general, el departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo tiene un papel fundamental en la gestión y difusión de información relevante para la comunidad universitaria y la sociedad en general. Aunque puede haber desafíos y limitaciones en su funcionamiento, es importante que se fortalezca y se le brinde el apoyo y los recursos necesarios para cumplir su misión de manera efectiva.

7. ¿Qué habilidades consideras que son importantes para un profesional en comunicación?
4 respuestas

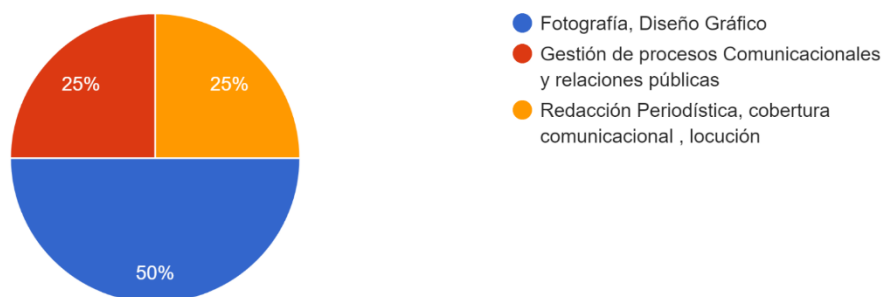


Fuente: Google forms

A través de la encuesta se pudo recolectar información, de que los profesionales que trabajan el departamento de comunicación de UTB tienen en claro que las habilidades son importantes para desarrollarse de manera éxito en el área comunicacional donde el 25% de ellos consideran que planificación estratégica de comunicación es importante ya que les permite direccionar el rumbo de las acciones comunicativas de la institución, el otro 25% señalo que tener habilidades en el manejo de redes sociales es importante porque permiten una apropiada comunicación externa como interna, y el 50% señalo que la creatividad, redacción y trabajo en equipo, permiten el desarrollo de un buen perfil.

10. ¿Qué áreas maneja como profesional de la comunicación?

4 respuestas

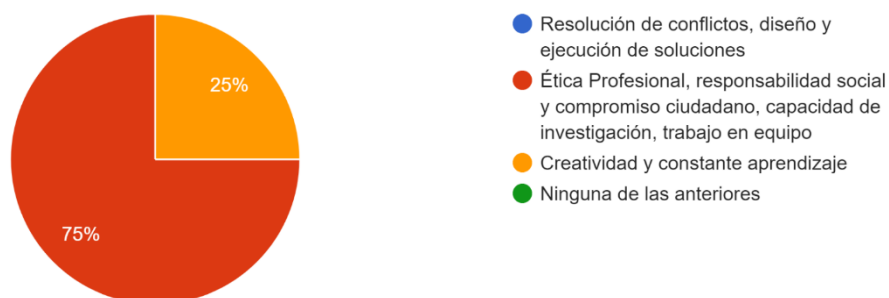


Fuente: Google forms

Un buen perfil profesional siempre está acompañado de conocimiento en diferentes áreas que se complementan a la hora de la práctica, los encuestados del departamento de comunicación consideran que todas estas áreas son importantes dentro de un perfil profesional. Así mismo se obtuvo como resultado que los trabajadores del departamento de comunicación tienen un perfil acorde al área que ejecutan, esto les permite tener una comprensión más completa y amplia de los diferentes aspectos de la comunicación. Donde manejar el área de fotografía y diseño gráfico es relevante para el 50% y el 25% consideran que la gestión de procesos comunicacionales y relaciones públicas son necesarias y el resto de colaboradores señaló que el 25% que el comunicador debe conocer son la redacción periodística, cobertura comunicacional y locución.

11. ¿Qué competencias considera que el comunicador necesita en el ámbito laboral?

4 respuestas

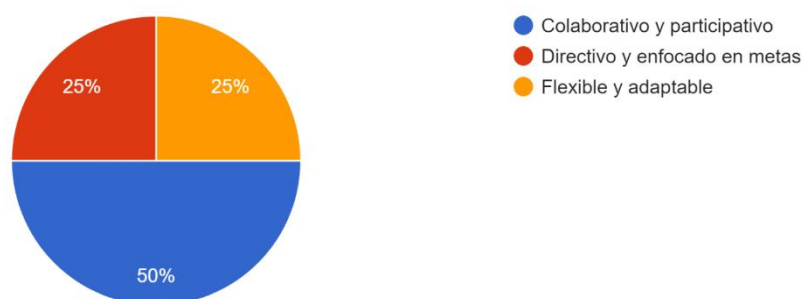


Fuente: Google forms

En la actualidad los profesionales de la comunicación que trabajan en una institución deben tener competencias que ayuden en la comunicación institucional, las cuales requieren una amplia variedad de estas, para ser efectivo y realizar un trabajo exitoso en el cargo que este ocupe, los colaboradores del departamento de comunicación de la UTB, tienen competencias de acuerdo a su perfil, en donde los datos arrojaron como resultado que el 75% tiene ética profesional, responsabilidad social, compromiso ciudadano, capacidad de investigación y trabajo en equipo y el 25% considero la creatividad y el constante aprendizaje debido a las demanda y constante evolución de los perfiles profesionales.

14. ¿Cómo describirías tu estilo de trabajo en equipo?

4 respuestas



Fuente: Google forms

Los Comunicadores que desempeñan un papel importante en intuiciones buscan alcanzar los objetivos, en donde hacen equipo para la resolución de un problema o tareas. En el departamento de comunicación de la UTB el 25% considera que el trabajo colaborativo y participativo es importancia a la hora de involucrarse con los colegas de trabajo, mientras que el otro 25% eligió ser directivo y enfocado en metas, a si mismo el 50% considero ser flexible y adaptable.

Resultados de Análisis Bibliográfico

Mediante la información recopilada para la realización del estudio de caso, un buen perfil profesional acompañado de habilidades y competencias, es crucial para cualquier individuo que desee destacar en el mundo laboral de hoy. Como periodistas y comunicadores, se pudo afirmar

que, en un mercado laboral cada vez más competitivo, contar con un perfil profesional sólido puede marcar la diferencia entre obtener o no obtener el empleo deseado.

Las habilidades y competencias son especialmente importantes en un mundo donde la tecnología y la automatización están cambiando rápidamente la forma en que trabajamos. Los empleadores buscan cada vez más habilidades técnicas y conocimientos especializados que sean relevantes para el puesto de trabajo en cuestión. Además, un buen perfil profesional también puede aumentar las posibilidades de avanzar en la carrera. Los empleadores suelen buscar a candidatos que tengan una combinación de habilidades técnicas y habilidades blandas, como la capacidad de comunicación, liderazgo y trabajo en equipo. En resumen, tener un buen perfil profesional acompañado de habilidades y competencias relevantes es esencial para cualquier persona que desee sobresalir en el mercado laboral actual.

8. Discusión de resultados

Por medio de la entrevista realizada a la directora y ex directora del departamento de comunicación se evidencio que la universidad Técnica de Babahoyo tiene profesionales de la comunicación con perfil profesional competente para la institución, a su vez estos cuentan con una formación académica en comunicación, periodismo, gestión de procesos comunicacionales, fotográfica y diseño gráfico, lo cual sugiere una adecuada base de conocimientos para el desempeño de las funciones asignadas. También se logró conocer el perfil profesional de los colaboradores del departamento de comunicación, mediante la encuesta que se realizó, donde a criterio de estos profesionales muestra que el perfil profesional debe acomodarse a las exigencias y evolución del campo laboral en una institución de educación superior.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9. Conclusiones

El perfil profesional de los comunicadores de la universidad Técnica de Babahoyo se ajusta a la demanda del departamento de comunicación, donde tener conocimientos, habilidades y competencias permite, que estos se desenvuelvan de manera optima dentro de su trabajo en la institución.

Debido a la constante evolución y exigencias dentro de las instituciones, los comunicadores deben contar con perfil profesional, es por esta razón que personas que se dedican a la comunicación, deben ser innovadores, creativos y están en constante aprendizaje los cual les permita desarrollar habilidades como redacción, planificación estratégica, gestión de procesos comunicacionales y competencias para que complementen su perfil y desarrollen un excelente desempeño laboral.

Por ende, los comunicadores que trabajan en instituciones específicamente en el departamento de comunicación deben tener conocimientos en ciertas áreas como fotografía, diseño gráfico, producción audiovisual, redacción periodística lo cual ayuda a la comunicación tanto externa como interna de la institución en la que se trabaja.

10. Recomendaciones

Crear un manual que recoja las buenas prácticas periodísticas para realizar una cobertura informativa sobre de las exigencias del perfil profesional en el ámbito de la comunicación , especialmente para los estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo y que así se evidencie un mejor abordaje de este tema tan importante , para que al terminas sus estudios en la universidad tengan idea en lo que se necesita para trabajar como comunicador para una institución, medio de comunicación u organización pública o privada.

Realizar capacitaciones a los estudiantes en especial a los de la carrera de comunicación de la UTB y prácticas en los que estos puedan familiarizarse y como desenvolverse en el medio que vallan a trabajan a la hora de culminar sus estudios, para rodearse de colegas de la comunicación social, y trabajo en equipo lo que se considera como experiencia laboral, para que cuando terminen sus estudios, tengan más posibilidad de conseguir trabajo.

REFERENCIAS Y ANEXOS

Referencias bibliográficas

- Abreu, J. (2015). Análisis al Método de la Investigación Analysis to the Research Method. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 10(1), 205-214. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v10-n1/A14.10\(1\)205-214.pdf](http://www.spentamexico.org/v10-n1/A14.10(1)205-214.pdf)
- Aguiar , N., & Medranda, N. (2018). *Comunicación, desarrollo y política*. Editorial Abya-Yala. doi:<https://doi.org/10.7476/9789978104989.0002>.
- Álvaro, M., & Alba , C. (2020). Características y competencias de la enseñanza del periodismo digital en el grado de Periodismo en las universidades públicas españolas. *Dixit*(33), 61-73. Obtenido de <http://www.scielo.edu.uy/pdf/dix/n33/0797-3691-dix-33-61.pdf>
- Bardales, M. (2022). Evolución del perfil del comunicador social: análisis de las transformaciones del quehacer profesional. *Comuni@cción: Revista De Investigación En Comunicación Y Desarrollo*, 13(1), 53-62. doi:<https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.1.667>
- Barrero, A. (2014). Construcción del perfil del comunicador en las organizaciones: sus competencias, habilidades y características. (*Tesis de grado por el título de Comunicadora Social*). Pontifica Universidad Javeriana, Bogotá. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/18406/BarreroBenavidesAnaElvira2015.pdf?sequence=3>
- Bravo, J. (2014). Manual de Redacción y Estilo Periodístico para Diario Regional Los Andes. *Tesis para maestría en comunicación*. Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/3354>
- Cepeda, M., & Salas , J. (2018). La formación de profesionales en el diseño gráfico. Estudio de las competencias y habilidades necesarias para el campo laboral. *Actas de Diseño*, 26, 133-139. doi:<https://doi.org/10.18682/add.vi26.2221>

- Chávez, J. (2022). Perfil profesional del comunicador en la sociedad actual: tareas y funciones. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 3470-3482. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2478
- García, A. (2018). Liderazgo en comunicación organizacional: competencias. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Obtenido de https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/40022/Tesis_Alejandra%20Garcia_final.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Gómez, E., & Ruiz, J. (2018). ¿Cómo el comunicador puede ser mediador a través de la narrativa digital? *Funlam Journal of Students*(3), 109-116. doi:<https://doi.org/10.21501/25007858.3136>
- Herrera, A., Campi, A., & Dahik, C. (2022). Análisis Del Perfil Profesional Del Comunicador Desde La Perspectiva De Docentes Y Directivos De La Carrera. *CININGEC II*, 7. Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/2838>
- Icaza, C., Riquero, C., Peña, D., & Marín, I. (2018). La investigación en el proceso de formación universitaria del comunicador social. *Ecociencia*, 5, 1-19. doi: <https://doi.org/10.21855/ecociencia.50.139>
- Jaramillo, O. (2015). Pertinencia del perfil de los profesionales de la información con las demandas del mercado laboral. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 38(2), 111-120. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179038631003>
- Márquez, J., García, W., & Mejía, L. (2017). La importancia de los departamentos de comunicación y relaciones públicas en los aeropuertos internacionales. Estudio de Caso: Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro de Manta. *Razón y Palabra*, 21(97), 585-600. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199552192032>
- Martelo, J., Jiménez, I., & Quintana, A. (2018). Determinación del Perfil Profesional de Estudiantes de Pregrado Aplicando la Técnica de Análisis Comparativo. *Información tecnológica*, 29(2), 29-40. doi:<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000200029>

- Martin, C., Molina, L., Clery, A., & Guillermo, S. (2020). La calidad de la comunicación de las Instituciones de Educación Superior del Ecuador. *Investigación bibliotecológica*, 33(81), 13-39. doi: <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2019.81.58044>
- Murillo , M. (2018). Desempeño Laboral de los Comunicadores Sociales Desde Una Perspectiva de Formación Profesional. *Revista EDUCARE*, 22(3), 55–77. doi:<https://doi.org/10.46498/reduipb.v22i3.21>
- Navarro, F., Almaguer, R., & Moreno, F. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales*, 76-88. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063104009>
- Ortiz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. RUA Universidad de Alicante. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10045/73827>
- Peraza, M. (2018). Sistema de gestión comunicacional para el mejoramiento de la comunicación organizacional interna y externa y formal del colegio CLASS IED. (*Trabajo de Tesis para optar al título de Magíster en educación con énfasis en gestión educativa*). Universidad Libre Facultad de Ciencias de la Educación, Bogotá. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15952/Tesis%20comunicacion%20organizacional.pdf?sequence=1>
- Pereira , Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*, 15(1), 15-29. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>
- Pérez, J., & Prada, W. (2022). Apuntes sobre fotografía y memoria a partir de la relectura de Ante el dolor de los demás de Susan Sontag. *Fotocinema*(25), 103-125. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8523548>
- Portilla , G., & Honorario, C. (2022). *Aplicación del método analítico-sintético para mejorar la comprensión de textos argumentativos en los estudiantes del cuarto grado de educación secundaria de la IEP*. Guatemala: Buena Esperanza.
- Roveda , A. (2007). ¿Es posible la formación de un pensamiento estratégico en las escuelas de comunicación y de periodismo? *Signo pensam*(51), 98-108. Obtenido de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232007000200009&lang=es

Suárez, F. (2020). La enseñanza del diseño gráfico en los grados españoles vinculados a la comunicación publicitaria: perfil del profesorado métodos docentes y competencias tecnológicas. *Grafica*, 8, 33-42. Obtenido de <https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v8-n15-suarez-carballo>

Tejero, J. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. (E. d.-L. Mancha, Ed.) Cuenca: Universidad de Castilla La Mancha. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=825468>

Useche, M., Artigas, W., Queipo, B., & Perozo, É. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. Editorial Gente Nueva. Obtenido de <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos.pdf?sequence=1>

Valero, J. (2019). La creatividad en el contexto educativo: *Tecnología, Ciencia y Educación*(13), 150-171. doi:<https://doi.org/10.51302/tce.2019.289>

Villanueva, J., Auz, D., & López, K. (2021). La educomunicación frente a los procesos de cocreación: ¿cómo formar al. *Universidad y Sociedad*, 13(6), 295-305. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n6/2218-3620-rus-13-06-295.pdf>

Anexos

Peguntas de entrevista a la directora del departamento de comunicación Msc Evelyn Lozano.

1. ¿Cuál es tu formación académica en comunicaciones?
2. ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en el departamento de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo?
3. ¿Cuáles son las habilidades que crees que un profesional de la comunicación debe tener?
4. ¿Cuáles son las áreas que manejas en el departamento de comunicación de la UTB?
5. ¿Cómo describirías la estructura organizativa del departamento de comunicación?
6. ¿Qué medios y plataformas de comunicación utiliza principalmente el departamento de comunicación?
7. ¿Con qué frecuencia realizas evaluaciones del desempeño de los miembros del departamento de comunicación?
8. ¿Cuántas personas trabajan en el departamento de comunicación de la empresa?
9. ¿Cuáles son algunos de los mayores desafíos que enfrenta el departamento de comunicación de la empresa en la actualidad?
10. ¿Qué consejos darías a alguien que está interesado en la carrera de comunicación?

Peguntas de entrevista a la ex directora del departamento de comunicación Dr.

Cumandá Campi.

- 1) ¿Cuánto tiempo ocupó el cargo de directora del departamento de comunicación, Arte y Cultura de la Universidad Técnica de Babahoyo?
- 2) ¿Cuáles eran los principales canales de comunicación que utilizaba el departamento de comunicación para difundir información?
- 3) Una revista mensual “Gaceta Universitaria”
- 4) ¿Contaba la universidad con un manual de comunicación interna y externa durante su gestión?
- 5) ¿Se realizaron encuestas de satisfacción sobre la calidad de la comunicación de la universidad durante su gestión?
- 6) ¿Se realizaron actividades de responsabilidad social por parte del departamento de comunicación durante su gestión?
- 7) ¿Se realizó algún cambio significativo en el departamento de comunicación durante su gestión?
- 8) ¿Se utilizaban herramientas de seguimiento de redes sociales en el departamento de comunicación durante su gestión?

- 9) ¿Qué acciones se tomaron para mejorar la efectividad del departamento de comunicación durante su gestión?
- 10) ¿Cuál es la principal recomendación que le daría a su sucesor en el cargo de directora del departamento de comunicación de la universidad?
- 11) ¿Cuál fue el logro más significativo que alcanzó el departamento de comunicación durante su gestión en la universidad?
- 12) ¿Cuáles son algunos de los mayores desafíos que enfrenta el departamento de comunicación de la empresa en la actualidad?
- 13) ¿Cuáles son las áreas que manejaba en el departamento de comunicación de la UTB?
- 14) ¿Cuáles son las habilidades que cree que un profesional de la comunicación debe tener?

Cuestionario de encuesta

1. ¿Cuál es su máximo nivel de estudios?
 - a) Preparatoria-enseñanza media incompleta
 - b) Preparatoria enseñanza media completa
 - c) Grado universitario o equivalente
 - d) Posgrado o equivalente
 - e) Doctorado
 - f) Estudios universitario incompleto
2. ¿Cuál es su formación académica en comunicación?
 - a) Licenciatura en Comunicación Social
 - b) Licenciatura en Periodismo
 - c) Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas
 - d) Otra:
3. ¿Cuántos años de experiencia tienes en el campo de la comunicación?
 - a) Menos de 1 año
 - b) 1-3 años
 - c) 4-6 años
 - d) 7 años o más

4. ¿Cuál es su cargo o posición que ocupa en su trabajo de periodista dentro del departamento de comunicación?

Por favor de especificar -----

5. ¿Cuántos años laboras en el departamento de comunicación de la UTB?

- a) Menos de 1 año
- b) 1-3 años
- c) 4-6 años
- d) 7 años o más

6. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor su actual situación laboral?

- a) Contrato laboral estable de tiempo completo
- b) Contrato laboral estable de medio tiempo
- c) Contrato por tiempo determinado de tiempo completo
- d) Contrato por tiempo determinado de medio tiempo
- e) Freelance o emprendedor
- f) Otro:

7. ¿Qué habilidades consideras que son importantes para un profesional en comunicación?

- a) Creatividad, redacción, trabajo en equipo
- b) Habilidad para la planificación estratégica de comunicación
- c) Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación
- d) Habilidad para la gestión de crisis de comunicación
- e) Otros:

8. ¿Tienes experiencia en la planificación y organización de eventos?

- a) Si
- b) No

9. ¿Qué redes sociales has manejado en el ámbito laboral?

- a) Facebook, Twitter, Instagram
- b) Tik tok
- c) Página web institucional, correo institucional
- d) LinkedIn
- e) Otros:

10. ¿Qué áreas maneja como profesional de la comunicación?

- a) Fotografía, Diseño gráfico, Producción Audiovisual
- b) Gestión de procesos Comunicacionales y relaciones públicas
- c) Redacción Periodística, cobertura comunicacional, locución
- d) Gestión de procesos comunicacionales
- e) Otra

11. ¿Qué competencias considera que el comunicador necesita en el ámbito laboral?

- a) Resolución de conflictos, diseño y ejecución de soluciones
- b) Ética Profesional, responsabilidad social y compromiso ciudadano, capacidad de investigación, trabajo en equipo
- c) Creatividad y constante aprendizaje
- d) Ninguna de las anteriores

12. ¿Tienes experiencia en la elaboración de notas de prensa?

- a) Si
- b) No

13. ¿Cómo manejarías una situación de crisis de comunicación en la universidad?

- a) Elaborando una estrategia de comunicación clara y efectiva
- b) Informando a los medios de comunicación oportunamente
- c) Abordando el problema de manera transparente y honesta
- d) Todas las anteriores

14. ¿Cómo describirías tu estilo de trabajo en equipo?

- a) Colaborativo y participativo

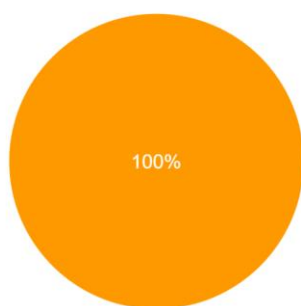
b) Directivo y enfocado en metas

c) Flexible y adaptable

d) Otro:

1. ¿Cuál es su máximo nivel de estudios?

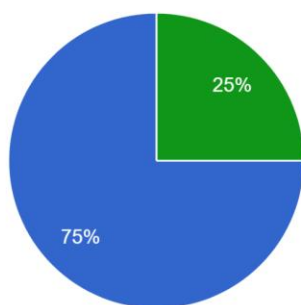
4 respuestas



- Preparatoria-enseñanza media incompleta
- Preparatoria enseñanza media completa
- Grado universitario o equivalente
- Posgrado o equivalente
- Doctorado
- Estudios universitario incompleto

2. ¿Cuál es su formación académica en comunicación?

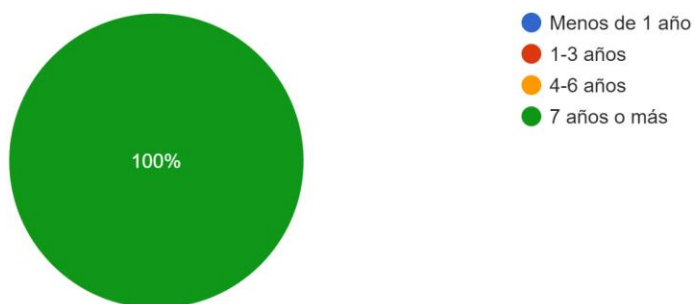
4 respuestas



- Licenciatura en Comunicación Social
- Licenciatura en Periodismo
- Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas
- Master en comunicación

3. ¿Cuántos años de experiencia tienes en el campo de la comunicación?

4 respuestas



4. ¿Cuál es su cargo o posición que ocupa en su trabajo de periodista dentro del departamento de comunicación?

4 respuestas

Fotógrafo

Diseñador y Productor de videos

Relaciones Públicas

Director del departamento

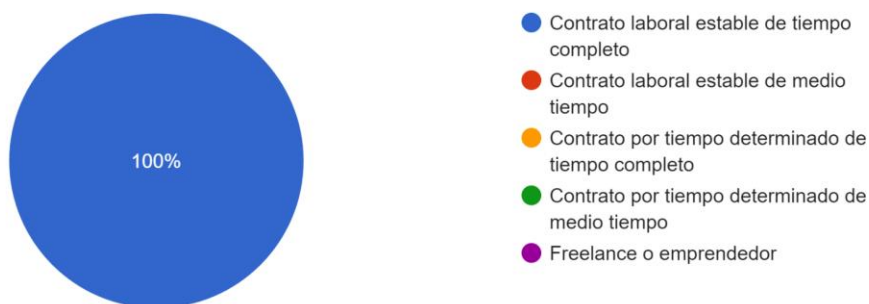
5. Cuántos años laboras en el departamento de comunicación de la UTB?

4 respuestas



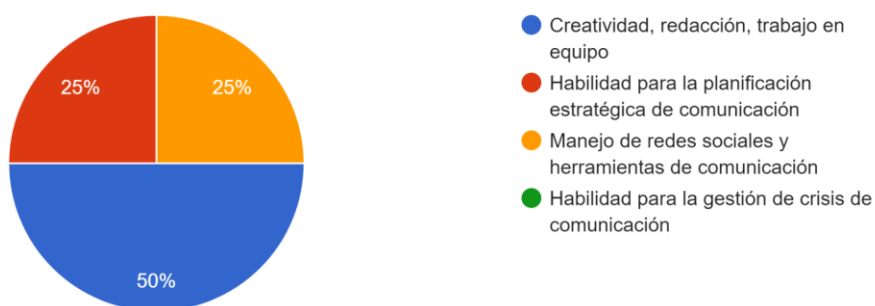
6. Cuál de las siguientes categorías describe mejor su actual situación laboral?

4 respuestas



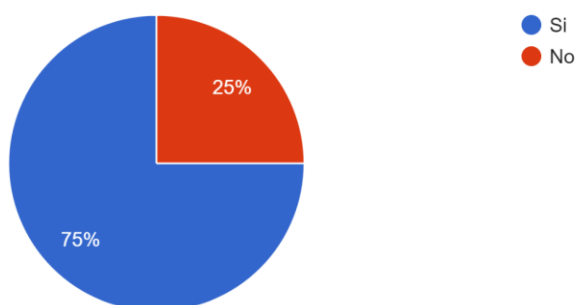
7. ¿Qué habilidades consideras que son importantes para un profesional en comunicación?

4 respuestas



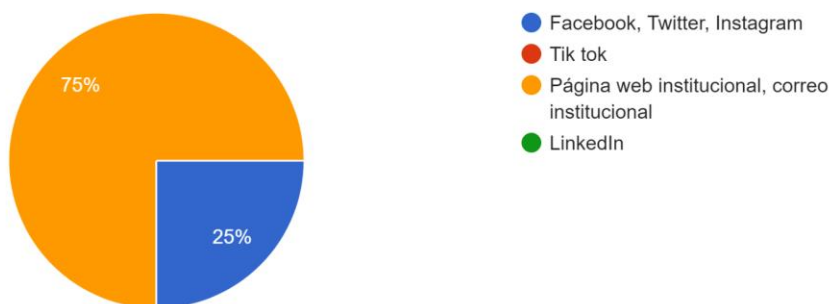
8. ¿Tienes experiencia en la planificación y organización de eventos?

4 respuestas



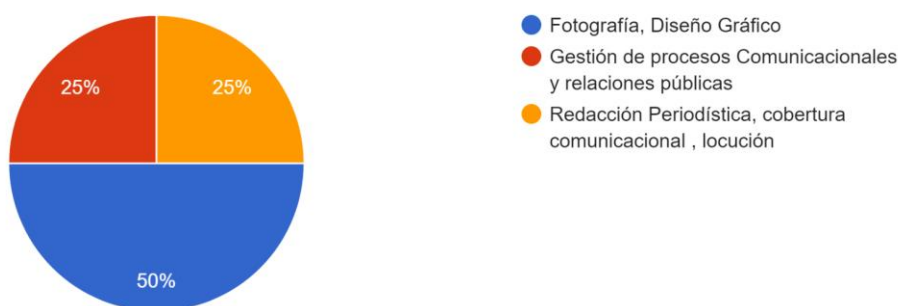
9. ¿Qué redes sociales has manejado en el ámbito laboral?

4 respuestas



10. ¿Qué áreas maneja como profesional de la comunicación?

4 respuestas



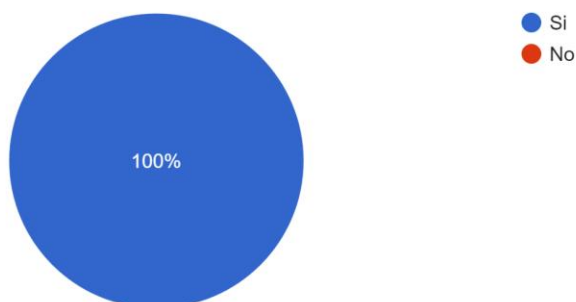
11. ¿Qué competencias considera que el comunicador necesita en el ámbito laboral?

4 respuestas



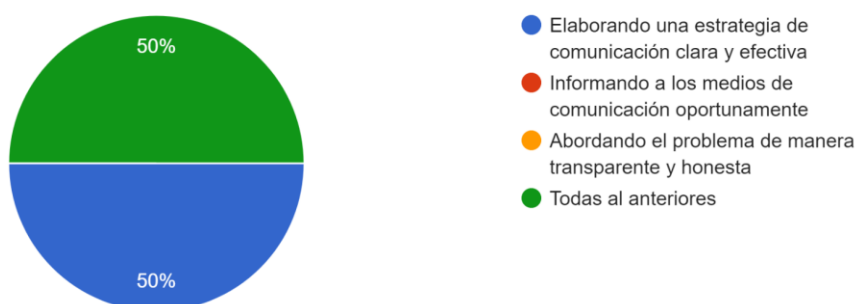
12. ¿Tienes experiencia en la elaboración de notas de prensa?

4 respuestas



13. ¿Cómo manejarías una situación de crisis de comunicación en la universidad?

4 respuestas



14. ¿Cómo describirías tu estilo de trabajo en equipo?

4 respuestas

