



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC

FACULTAD DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL TRABAJO:

Plan comunicacional para la recepción del proceso de vacunación contra la COVID-19, parroquia Casacay año 2021.

Caso: Ministerio de Salud Pública

CARRERA:

Licenciatura en Comunicación con énfasis en Relaciones Públicas

AUTORA:

Nancy Daniela Quezada Coronado

TUTOR:

Yilena Perlaza, Mgtr.

Guayaquil-Ecuador

2021

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

Principalmente a mi padre Mauro Gregorio Quezada Calle, que desde el cielo estará muy orgulloso de mis logros alcanzados. A mi madre Lida Verónica Coronado Montero, que ha sido un pilar fundamental en esta etapa y en mi vida. A mi hermana Doménica Esthela Quezada Coronado, y abuelos Carlos Gerardo Quezada Morales y María Esthela Calle Mosquera por su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi gratitud a Dios, por haber permitido cumplir uno de mis principales objetivos de mi vida, por dame las fortalezas necesarias en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Gracias a mis padres, principales motores de este sueño, por su apoyo, consejos, por confiar y creer siempre en mí.

Agradezco a los docentes de Ecotec, especialmente a los de la Facultad de Marketing y Comunicación, por haber compartido todos sus conocimientos y experiencias a lo largo de esta preparación profesional.

Finalmente, quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a la Mgtr. Yilena Perlaza, que con su dirección y enseñanzas permitió desarrollar este proyecto investigativo



ANEXO N° 14

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A
REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Samborondón, 04 de octubre de 2021

Magíster
Verónica Baquerizo
Decana de la Facultad
Marketing y Comunicación
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: Análisis de las estrategias comunicacionales para la captación del proceso de vacunación contra la COVID 19 en la parroquia Casacay provincia de El Oro periodo 2021, caso Ministerio de salud pública, según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación, Por lo que se autoriza a: Nancy Daniela Quezada Coronado, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

ATENTAMENTE,



Mgtr. Yilena Perlaza de la Rans

Tutor



ANEXO N°16

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES
DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

Samborondón, 06 de OCTUBRE de 2021

Magíster
Verónica Baquerizo
Decano(a) de la Facultad
Marketing y Comunicación
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO:} Plan comunicacional para la recepción del proceso de vacunación contra la COVID-19, parroquia Casacay año 2021. Caso: Ministerio de Salud Pública, según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, PROPUESTA TECNOLÓGICA, fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza **Quezada Coronado Nancy Daniela**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,



Mgtr Yilena Perlaza

Tutor(a)

RESUMEN

Se realizó un estudio cuyo propósito fue determinar cuáles son las estrategias comunicacionales más eficaces que deben ser implementadas por el Ministerio de Salud Pública para la captación del proceso de vacunación contra el COVID-19 y, además, la elaboración de un plan comunicacional efectivo en la parroquia Casacay, en la provincia de El Oro, año 2021. Asimismo, se estableció la importancia del ámbito comunicativo como aspecto principal para afrontar la emergencia sanitaria generada por el Covid-19. Se aplicó una metodología, inductiva-deductiva, con un alcance exploratorio y descriptivo, en el que se analizó cuál es la importancia de la comunicación para enfrentar la crisis sanitaria. Finalmente, se acudió a el uso de fuentes confiables de información, con la cual, se espera crear conciencia en la población de la parroquia Casacay sobre la importancia de la vacunación en el sector específico. Por lo tanto, el plan establecido en la presente investigación será de gran beneficio para la parroquia Casacay en la provincia del Oro y sus habitantes, puesto que a través de su aplicación se podrá ejecutar un proceso de vacunación mucho más ágil y eficaz para dicha población.

Palabras claves: Estrategias, comunicación, Casacay, Covid-19, plan comunicacional, vacunación, salud, redes sociales, conocimientos, crisis.

ABSTRACT

A study was carried out whose purpose was to determine which are the most effective communication strategies that should be implemented by the Ministry of Public Health to capture the vaccination process against COVID-19 and, in addition, the development of an effective communication plan in the Casacay parish, in the province of El Oro, period 2021. Likewise, the importance of the communication field was established as the main aspect to face the health emergency generated by Covid-19. An inductive-deductive methodology was applied, with an exploratory and descriptive scope, in which the importance of communication was analyzed to face the health crisis. Finally, the use of reliable sources of information was registered, with which it is expected to create awareness in the population of the Casacay parish about the importance of vaccination on the specific sector. To conclude, the plan established in the present investigation will be of great benefit to the Casacay parish in the province of Oro and its inhabitants, since, through its application, a much more agile and effective vaccination process can be executed for that population.

Keywords: Strategies, communication, Casacay, Covid-19, communication plan, vaccination, health, social networks, knowledge, crisis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
ÍNDICE DE CONTENIDOS	8
ÍNDICE DE TABLAS	12
INDICE DE FIGURAS	13
INTRODUCCIÓN	14
1. Contexto histórico social de la zona de estudio	15
2. Antecedentes	16
3. Planteamiento del problema científico	17
4. Pregunta problemática	17
5. Delimitación	18
6. Objetivo General	18
7. Objetivos específicos	18
8. Variables	19
9. Justificación	19
10. Novedad.....	20
11. Alcance de la investigación:	20
MARCO TEÓRICO	21
CAPÍTULO I.....	21

1. Comunicación.....	21
1.1. Proceso de comunicación	23
1.2. Elementos de la comunicación.....	23
1.3. Modelo de comunicación de Shannon y Weaver.....	24
1.4. Tipos de la comunicación.....	27
a) Comunicación oral:	28
b) Comunicación escrita:.....	28
1.5. Planificación de la comunicación	29
1.6. Gestión de la comunicación	30
1.7. Finalidad de un plan de comunicación:	31
1.8. Beneficios de desarrollar un buen plan comunicacional	32
1.9. Elaboración de un plan de comunicación:	32
2. Crisis Sanitaria	33
2.1. Origen del Covid-19	34
2.2. Características de una crisis sanitaria.....	34
2.3. Tipos de crisis sanitarias:.....	35
2.4. Causas de una enfermedad infecciosa:	37
2.5. Modo de trasmisión de las enfermedades infecciosas:	38
2.6. Modos de control de las enfermedades infecciosas:	39
MARCO METODOLÓGICO	40
CAPÍTULO II.....	40
1. Tipo de investigación.....	40
2. Técnicas e instrumentos de investigación	42

3. La población y la muestra:.....	42
4. Preguntas de la encuesta.....	44
5. Análisis de datos	53
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	54
CAPITULO III.....	54
1.8. Diagnóstico situacional	54
1.9. Análisis de las encuestas.....	55
PROPUESTA.....	71
CAPITULO IV	71
1. Plan de respuesta	71
2. Escenarios de la estrategia de comunicación durante el proceso de vacunación	72
3. Estrategias para fomentar la gestión de comunicación.....	73
3.1. Primera etapa: análisis de la situación.....	74
3.2. Segunda etapa: diagnóstico de la situación.	74
3.3. Tercera etapa: determinación de los objetivos de comunicación.....	75
3.4. Cuarta etapa: elección de las estrategias.....	76
3.5. Quinta etapa: definición de los planes de acción.....	76
3.6. Sexta etapa: evaluación.....	77
4. Origen del nombre de la parroquia	77
5. Objetivo.....	78
6. Propuesta de plan comunicacional para la recepción del proceso de vacunación contra la COVID 19, en la parroquia Casacay provincia de El Oro año 2021, caso Ministerio de salud pública.....	78

7. Plan de acción.....	81
CONCLUSIONES	82
RECOMENDACIONES	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fuente: Nancy Quezada (2021)	43
Tabla 2. Rango de edad.....	55
Tabla 3. ¿Conoce personalmente a alguien que tenga o haya tenido COVID-19?	56
Tabla 4. ¿Ud. considera que la comunicación de riesgos se considera un eje esencial para enfrentar las emergencias que repercuten en la salud pública, durante el proceso de vacunación para evitar contagios del Covid-19?	57
Tabla 5. ¿Ud. considera importante que, durante el proceso de vacunación de su parroquia, exista un buen manejo comunicacional, que actué como clave para una campaña de vacunación exitosa y con mayor confiabilidad?	58
Tabla 6. ¿Ud ya ha sido informado/a acerca de los riesgos asociados al proceso de vacunación en Casacay?	59
Tabla 7. ¿Se ha puesto a su conocimiento, sobre lo que son las vacunas (proceso), su seguridad y en qué se traduce su aplicación (beneficios)?	60
Tabla 8. ¿En dónde encontró la información que sabe al respecto de la vacuna contra el COVID-19?	61
Tabla 9 ¿Ud. apoyaría una campaña de comunicación, para reducir los rumores y la desinformación relacionados con la vacuna?	62
Tabla 10. ¿Ud. considera importante, generar la participación de otros actores en apoyo de la comunicación del proceso de vacunación, tales como influencers; asociados profesionales (en especial de trabajadores de salud), ¿entre otros?	63
Tabla 12- Seleccione la etnia a la que pertenece.....	65
Tabla 13 ¿Cuál es su nivel de estudios?.....	66
Tabla 14 Cifras estadísticas de la parroquia Casacay. (DATAES, 2021) ...	80

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de Shannon y Weaver	25
Figura 2 Análisis DAFO propuesta por Albert S. Humphrey	33
Figura 3. Entrevistando al al director del Distrito 07D01 Chilla - El Guabo – Pasaje, encargado del proceso de vacunación contra la COVID- 19.	52
Figura 4. Panorámica de la parroquia Casacay, obtenida del plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Casacay (2015)	54
Figura 5. sobre las Etapas para un Plan Estratégico de Comunicación	73

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación “estrategias comunicaciones para la recepción del proceso de vacunación contra la COVID-19, parroquia Casacay año 2021. Caso: Ministerio de Salud Pública”. Se denota la alta influencia en el ámbito comunicativo como aspecto principal para afrontar la emergencia sanitaria generada por el Covid-19.

El problema de esta investigación se fundamenta en la relación con las situaciones que generan mitos y por ende desinformación y miedo en los ciudadanos respecto al proceso de vacunación y a la enfermedad en general, lo que ocasiona un retraso en el desarrollo del mencionado plan; llegando incluso, en algunos casos, a ocasionar el rechazo de los ciudadanos a recibir la vacuna.

Como objeto de la presente investigación podemos proponer un plan de comunicacional efectivo en la parroquia Casacay, sin embargo, es necesario un análisis de las estrategias ya utilizadas por el Ministerio de Salud Pública, para así determinar las falencias de las mismas.

En relación con la metodología de investigación, esta se puede establecer como inductiva-deductiva, con un alcance exploratorio y descriptivo, en la cual se analizará la importancia de la comunicación para afrontar la crisis sanitaria. Finalmente, se aplicará el uso de fuentes confiables de información, con la cual se espera crear conciencia en la población de la parroquia Casacay sobre la importancia de la vacunación en el sector en específico.

1. Contexto histórico social de la zona de estudio

La Parroquia Rural de Casacay es un poblado ubicado en la provincia de El Oro, donde antiguamente se asentaba la tribu de los Máchalas, quienes a su vez eran descendientes de los Mayas. El río Casacay es la principal fuente de agua de la provincia, la captación de la planta regional se encuentra a 1.800 metros de la población, toma que beneficia a los cantones de Pasaje, El Guabo y Machala.

La economía de sus pobladores se centra en torno a las actividades como son: la ganadería, agricultura, minería y turismo; en cuanto a la actividad agrícola, se dedican especialmente al cultivo del cacao, y frutas cítricas, y se dedican a la pesca, crianza porcina y avícola.

Otra actividad importante para la región es el turismo, debido al excelente clima y a la riqueza natural que presenta el sector, hay variedad de actividades para realizar, así como de lugares para visitar; un clave ejemplo de ello es “La Cocha”, nombre del principal balneario turístico y atractivo natural.

Dado a que todas estas actividades han resultado afectadas por el Covid-19 y que el nivel socioeconómico de la región se puede describir como medio a medio bajo, resulta fundamental estudiar los obstáculos comunicacionales a la hora de recibir y percibir información sobre la pandemia que azota actualmente al mundo entero, ya que esto puede causar grandes problemas no solo de carácter económico, sino en cuanto a vidas humanas se refiere.

La investigación se centra en los principales medios de comunicación utilizados en la región, las estrategias de la entidad gubernamental seleccionada, el lenguaje que se emplea y la manera en la que todo esto es captado por los pobladores del sector. El manejo de la comunicación resulta un elemento principal en cuanto a la manera en la que se está abordando esta crisis, así mismo las entidades y organizaciones de todo el mundo están desarrollando modelos para la captación del proceso de vacunación,

enfocados a desmentir las falsas afirmaciones ya arraigadas en la población de la mejor manera posible.

2. Antecedentes

La digitalización se ha llevado a cabo de una manera sistematizada y a escalas nunca antes vistas, lo que afecta directamente la manera en que se lleva cabo la comunicación.

Uno de los principales aspectos que conlleva la comunicación es gestionar estados de crisis tal como la situación de emergencia sanitaria que se vive en la actualidad, con la finalidad de mitigar los daños, frenar el desarrollo de los mismos y lograr una cooperación social.

La investigación ha resultado en que el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, carece de las estrategias comunicacionales adecuadas para llegar de manera eficiente a las personas, también se ha determinado que debido al pobre manejo interno, la falta de recursos gubernamentales y el difícil acceso a zonas rurales, no se ha desmentido la desinformación de la zona en concreto.

Una de las situaciones con mayor connotación en la parroquia es el uso de redes sociales como medio principal de obtención de la información. La prefectura de El Oro ha implementado una página web con el fin de informar a sus ciudadanos sobre los hechos relevantes de su región y evitar la desinformación; el gobierno mediante sus transmisiones en medios televisivos ha llamado a la ciudadanía a informarse mediante la página web del Ministerio de Salud Pública, organismo que a su vez ha implementado la “Campaña informativa para la prevención, control y fomento de prácticas de autocuidado y salud mental para el personal de salud del ministerio de salud pública frente a la emergencia sanitaria por covid-19 en el ecuador” (Ministerio de Salud Pública, 2020).

3. Planteamiento del problema científico

Las instituciones gubernamentales son la base para brindar información ante situaciones catastróficas de índole regional y nacional, mediante los medios comunicativos que se ajusten a las realidades de la sociedad actual.

Las zonas rurales generalmente son las que cuentan con un menor acceso a la información de manera inmediata, no obstante en virtud del avance tecnológico de la era digital que atravesamos, el acceso a los datos es mucho más fácil y rápido. Plataformas como redes sociales, foros y blogs no oficiales pueden ser una ayuda a la difusión adecuada de averiguación o por el contrario puede impactar negativamente con noticias falsas, creando una reacción de miedo, angustia y pánico.

En la región, una de las causas para que se produzca la desinformación es que dichas plataformas son usadas comúnmente por los jóvenes, que rara vez tienen el conocimiento necesario para proceder a realizar sus búsquedas por medios oficiales, quienes a su vez transmiten sus hallazgos a sus padres o miembros mayores de su hogar, que al desconocer los medios en que se realizó la búsqueda tienden a aceptar como correcta, válida y verdadera la información que acaban de recibir.

En zonas rurales, como la parroquia de Casacay, la información se transmite de manera oral, lo que en situaciones de averiguaciones incorrectas puede contribuir a la difusión de noticias, datos y creencias erróneas, por lo cual en situaciones de crisis como la pandemia es contraproducente a la hora de lidiar con las soluciones, que en este caso es la gestión para el proceso de vacunación.

4. Pregunta problemática

¿En qué medida contribuiría un plan comunicacional efectivo para la recepción del proceso de vacunación contra la COVID-19, parroquia Casacay año 2021?

5. Delimitación

La finalidad de este proyecto de estudio enfocado en la parroquia de Casacay, ubicada en la provincia de El Oro, en el periodo comprendido de la segunda ola de contagios del Sars Covid-19 del año 2021 en el campo comunicativo. Se formula la recolección de la información de la situación actual de la parroquia, además de determinar las falencias en las estrategias comunicacionales del Ministerio de Salud Pública y los riesgos y consecuencias de la desinformación en la región, así como su impacto negativo en el proceso de vacunación mediante el análisis de las acciones ya efectuadas por la entidad gubernamental antes mencionada, el uso de una encuesta dirigida al grupo objetivo en cuestión, posteriormente el análisis y tabulación de los datos obtenidos.

El propósito de este proyecto es elaborar y desarrollar un plan estratégico comunicacional con el fin de contribuir y mejorar las estrategias ya efectuadas por el ente gubernamental responsable del control de la emergencia sanitaria, con el objetivo de mitigar los estragos causados por la pandemia.

6. Objetivo General

Proponer un plan comunicacional para la recepción del proceso de vacunación contra la COVID-19, parroquia Casacay año 2021. Caso: Ministerio de Salud Pública.

7. Objetivos específicos

- Definir bases teóricas para la adecuada gestión de comunicación en la situación de una crisis sanitaria para sustentar el motivo de la investigación
- Delimitar las falencias en las estrategias ya implementadas por el Ministerio de Salud Pública.
- Determinar los principales medios de comunicación en la parroquia Casacay.

- Caracterizar el plan comunicacional adecuado para la recepción del proceso de vacunación contra la COVID-19, parroquia Casacay año 2021.

8. Variables

Variable 1. Plan comunicacional

Es un documento que usa una organización y que engloba las estrategias, normas, recursos disponibles y principales acciones de comunicación, tanto internas como externas con el fin de que el mensaje sea recibido adecuadamente por un público específico.

Variable 2. Situación de crisis sanitaria en la región

La situación de la pandemia ha afectado a diferentes ámbitos de la localidad.

9. Justificación

Teniendo en cuenta que ante cualquier situación de emergencia la comunicación juega un papel de suma importancia a la hora de controlar el desarrollo de la misma, así como mitigar estragos y evitar catástrofes aún mayores, la importancia de implementar un adecuado plan comunicacional radica en prever la prolongación de una situación desfavorable y ayudar a la pronta recuperación de todos los aspectos afectados por la misma.

Por tal motivo, este estudio se desarrolla con la finalidad de proponer un plan comunicación estratégica del Ministerio de Salud Pública durante la pandemia del COVID-19 en el año 2021, de tal manera que se pueda realizar una buena comunicación en tiempos de crisis sanitaria por parte de dicho organismo con la población de la parroquia de Casacay.

10. Novedad

El presente proyecto se basa en el levantamiento de las falencias en las estrategias de comunicación llevadas a cabo por el Ministerio de Salud Pública en la parroquia Casacay, además de un fortalecimiento de las que han sido efectivas en la zona, se espera proponer mejoras en dichas estrategias para tener un mayor alcance y acogida de la información en la población. Así mismo, se estima ayudar a erradicar los mitos y reservas que los mismos tengan acerca del proceso de vacunación y de la enfermedad en general.

11. Alcance de la investigación:

Exploratorio y descriptivo, en el que mediante el uso de una herramienta de recolección y tabulación de datos por encuesta, se analiza cualitativamente la información utilizando herramientas como encuestas, observación y revisión de datos gubernamentales, para un adecuado desarrollo de la investigación.

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

1. Comunicación

“La palabra comunicación deriva del latín *communicatio* que significa compartir, participar en algo o poner en común, por ello también el término compartir hace referencia a la conexión entre dos o más puntos” (COEEE, s.f). La autoría señala que la comunicación es un proceso en el cual existe la relación entre dos o más partes con el objetivo de intercambiar información. Es importante conocer el significado de esta palabra, puesto que la misma se basa en el tema central de la investigación.

La comunicación es un tema tan antiguo como el hombre y tan importante como él. Muchos problemas y conflictos se resolverían democráticamente si la comunicación entre los seres humanos partiera de escuchar con respeto y tolerancia, posibilitando la expresión honesta y clara de los mutuos intereses y sentimientos. (Gomez, 2016a).

El autor señala que la comunicación es un término que se relaciona con la prehistoria, puesto que el hombre desde la antigüedad siempre ha usado los diversos tipos de comunicación como una herramienta para la obtención de lo que han necesitado a lo largo del tiempo.

En toda comunicación está presente una serie de elementos sin los cuales no se llevaría a cabo este proceso tan complejo. No basta sólo con hablar, es necesario ir más allá, romper la barrera de lo superficial. No se trata solamente de transmitir información, sino de expresar ideas, opiniones, sentimientos, emociones, tanto de un lado (emisor), como del otro (receptor). Para que se logre la comunicación entre dos personas, se tiene que dar un intercambio mutuo. (Gomez, 2016)

El autor anterior expresa que la comunicación se caracteriza por ser un proceso no tan sencillo, debido a que muchas personas consideran que con el hecho de hablar ya se está configurando los aspectos de comunicación. Sin embargo, esta figura literaria va más allá de la emisión de palabras únicamente, ya que se requiere que dos personas transmitan sus ideas pensamientos, opiniones, entre otros aspectos, para que efectivamente se genere un proceso comunicativo.

“El desarrollo de nuevas formas de pensamiento y la adquisición de conocimientos, conlleva a buscar una explicación teórica sobre las relaciones existentes entre el pensamiento, lenguaje y su posible relación en la determinación de acciones de un receptor” (Rios, s.f.)

Según (Rios, s.f.), la comunicación permite al ser humano, desarrollar sus capacidades intelectuales y estrategias comunicacionales, con el objetivo de poder entender los pensamientos, ideas y emociones de las otras personas en sociedad. Es indispensable, para el hombre poder comunicarse, debido a que es un proceso característico e inherente a la condición del ser humano, pues conlleva capacidades propias de la especie humana. Entre ellas se puede destacar el manejo de signos lingüísticos, uso del pensamiento, capacidad de significar y crear consensos entre los grupos sociales.

“El lenguaje es un sistema de comunicación biológico especializado en la transmisión de información significativa e intraindividualmente, a través de signos lingüísticos” (Pavio, A. y Begg I., 1981). Dicho lo anterior, la comunicación es un proceso natural para el ser humano, es decir, es una habilidad lingüística que simplemente fluye por instinto. No obstante, existen muchas técnicas que permiten perfeccionar los diversos procesos comunicacionales, los cuales son aprendidos a lo largo de la vida en las escuelas, colegios, universidades, etcétera.

1.1. Proceso de comunicación

“El proceso de comunicación se basa en un conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial. (Herrera, 2009). El autor indica que este proceso está configurado con características de naturalidad en donde dos o más partes transmiten algún tipo de información necesaria entre ellos, a fin de entender sus intereses y necesidades.

Para (Cervantes, 2017), sin embargo, un proceso implica dinamismo e interacción de elementos dentro y según un número de fases sucesivas, donde se efectúa una relación entre los distintos aspectos para alcanzar un objetivo en común. Todo proceso involucra la acción, el movimiento y por consecuencia no da cabida a la existencia de fases estáticas, pues son acciones constantes que generalmente tienden a ser irreversibles. (Cervantes, 2020)

Se puede concluir, por consiguiente, que los procesos comunicativos están compuestos por fases y elementos que permiten que se logren objetivos específicos, que en este caso es la transmisión y correcta recepción de un mensaje.

1.2. Elementos de la comunicación

Existen diferentes elementos que componen un proceso de comunicación, y sin su participación el proceso de comunicación no se produciría.

Los elementos de la comunicación son los siguientes

- **Emisor:** quien emite el mensaje.
- **Receptor:** quien recibe el mensaje.
- **Código:** conjunto de señales o signos que forman el mensaje.
- **Mensaje:** la información a transmitir.
- **Canal de comunicación:** el medio por el cual se transfiere el mensaje.
- **Ruido:** interferencias en el proceso de comunicación.

- **Retroalimentación:** respuesta del receptor cuando ha recibido el mensaje

(Espinoza, 2021)

El autor indica los diferentes elementos del proceso de comunicación, puesto que son indispensables para la correcta transmisión de información con espíritu comunicacional. Es muy interesante observar que cada uno de ellos es un ítem relevante para este proceso técnico y científico.

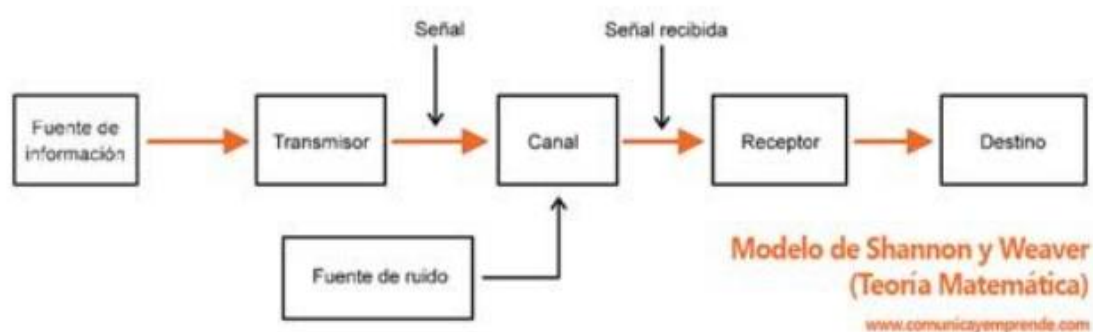
“La comunicación es un proceso de intercambio de ideas y contenidos desde el emisor al receptor y viceversa. Los elementos más relevantes que intervienen en la comunicación” (Greene, 2002). Por lo anterior, a través del intercambio de información que se efectúa en un proceso comunicativo, se desarrollan grandes ventajas para la socialización y el interaccionismo entre las personas. Indudablemente, sin la comunicación no existiría sociedad, debido a que la misma es fundamental para que el hombre exprese sus ideas, pensamiento y emociones

1.3. Modelo de comunicación de Shannon y Weaver

En 1948, Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación, casi al mismo tiempo que Laswell, elaboran su fórmula de cinco elementos. Se trata de un modelo de comunicación o, más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las máquinas, especialmente las máquinas electrónicas. Cuando Shannon habla de información, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos generalmente (noticias que nos traen diariamente la prensa, la radio y la TV). Se trata para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje. (Galeano E. C., 2019)

Dicho lo anterior, el modelo de Shannon y Weaver recoge a los dos actores del acto de comunicación: el emisor y el receptor. El mensaje va del emisor al receptor parece lógico a través de un canal de comunicación. Esta teoría está relacionada con las leyes matemáticas que rigen la transmisión y el procesamiento de la información y se ocupa de la medición de la información y de la representación de la misma, así como también de la capacidad de los sistemas de comunicación para transmitir y procesar información (Colaboradores de Wikipedia, 2021)

Figura 1 Modelo de Shannon y Weaver



(Shannon & Weaver, 1940) propusieron que la comunicación es un proceso que se puede expresar con las leyes matemáticas, evaluando cada uno de los factores y las variables; se puede catalogar como una teoría de probabilidad que analiza la información y todos los aspectos relacionados con la misma, como son: canales, compresión de datos y criptografía, entre otros elementos.

En el ejemplo que se muestra en la figura 1, se está representando una conversación que ya ha iniciado y entre mensajes uno de los dos sujetos envueltos en la misma, tiene poca señal y algunos mensajes llegan en desorden o retardados y cambia el sentido de la conversación, en este caso es un ruido de tipo técnico.

Fuente: se puede definir como el emisor, quien produce un determinado número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir y que iniciará el proceso de comunicación.

Transmisor: es el emisor puramente técnico; es el encargado de transformar y adecuar el mensaje en un conjunto compuesto por señales o códigos para el canal que los transmitirá.

Canal: es el medio de carácter técnico que transportará las señales codificadas. En el ejemplo de la figura, el canal es el celular quien conduce el mensaje.

Receptor: Es el receptor técnico, su función es la misma, pero a la inversa de la del transmisor. Decodifica el mensaje transmitido y lo conduce por el canal para convertirlo a un lenguaje comprensible para el receptor real denominado destinatario. Dicho de esta manera, en el ejemplo se puede referir como receptor al celular de la otra persona con la que estamos hablando

Destinatario: es el receptor real, es la persona a quien va dirigido el mensaje.

Ruido: es todo lo que impide, altera o interrumpe la señal durante su transmisión. Puede ser físico (técnico) o cultural (no técnico). El ruido cultural ocurre dentro del contexto psicosocial como por ejemplo pueden ser: diferencias entre idiomas, costumbres, tradiciones o consensos distintos entre grupos.

1.4. Tipos de la comunicación

En cuanto a lo aportado por Aragon (2019), para llevar a cabo la interacción y las relaciones humanas es necesario el proceso de comunicación en sus distintas formas. Siendo un fenómeno complejo es necesario enfatizar la importancia para interactuar con las personas.

Comunicarse resulta primordial en las relaciones sociales, ya que permite realizar intercambio de experiencias, organizarse, aprender, y desarrollarse como individuos dentro de una sociedad. Para llevar a cabo la comunicación el autor Galiano (2014) expresa que se requiere un mínimo de dos personas donde cada una de ellas actúa de sujeto. Así mismo, se puede decir que no solo es comunicar un mensaje, sino que se necesita de una activa participación de los participantes, en cuanto a escuchar atentamente y transmitir la información de forma correcta, logrando un proceso dinámico y enriquecedor.

El proceso de transmisión de información comprende dos componentes: lenguaje verbal y no verbal. Por otra parte, Márquez (2016) expresa que el lenguaje verbal transmite el 7% del total del mensaje que el individuo emite, sin embargo el lenguaje no verbal transmite el 93% de lo que se desea comunicar. De igual manera, ambos tipos de comunicación cumplen un papel esencial, canalizados de forma simultánea potencian la confiabilidad del proceso.

Con respecto al lenguaje verbal se puede decir que es transmitido de manera consciente, en referencia a lo que se dice, el idioma que se utiliza, el tono, basado en argumentos y razones. El lenguaje no verbal por otra parte, se transmite de manera subconsciente.

La comunicación verbal es definida por Simón (2016) como la forma de comunicarse por medio del uso de palabras, la cual se da como resultado de la

interacción entre el emisor y el receptor. El emisor es quien expresa el mensaje y el receptor quien lo recibe. Este tipo de comunicación puede ser tanto oral como escrita.

a) Comunicación oral:

Es aquella utilizada por medio del habla, las palabras están constituidas por sonidos acústicos. Por ello, no solo serán las palabras el elemento esencial para hacer posible la comunicación oral, sino que también son considerados la risa, el llanto, la angustia y el dolor, a través de los sonidos que los caracterizan, a pesar de que el lenguaje sea distinto.

b) Comunicación escrita:

Esta se encuentra representada por el uso de códigos escritos, ya sea mediante el lenguaje perteneciente a un alfabeto, o mediante jeroglíficos, pictogramas, etcétera.

La comunicación verbal, para Aragon (2019), se define como explícita y extensa en las actividades realizadas por los seres humanos; desarrollar esta habilidad implica años, tanto la gesticulación como la escritura. Así mismo, al tener una característica intuitiva y universal, en contraparte a la no verbal, la cual es involuntaria y con un grado de fidelidad superior.

El proceso de comunicarse no se simplifica a solo ejecutar la acción, sino también a obtener una respuesta positiva del otro elemento. Además, se debe determinar los factores que intervienen, tales como: estado de ánimo, ambiente, tono de voz, entre otros, que deben adecuarse al mensaje que se pretende transmitir.

En cuanto a Galiano (2014), señala que la comunicación no verbal comprende la ausencia de expresiones orales. Esta comunicación se considera primitiva y antecede a la verbal. En la mayoría de las ocasiones este tipo de lenguaje es inconsciente, e involuntario, por cuanto responde a los estímulos de nuestro cerebro.

1.5. Planificación de la comunicación

La comunicación humana según el autor Contreras (2016) comprende una retroalimentación en cuanto a los canales y elementos que intervienen, efectuándose una capacidad auto reguladora de todo individuo que participa en el proceso comunicacional, más aun teniendo la responsabilidad de transmitir un mensaje imperativo en el que se respeten los protocolos establecidos para este efecto.

En este sentido, la definición de la planificación de comunicación como la combinación de método, mensaje y plan, para lograr objetivos comunicacionales. Contribuyen principalmente objetivos de persuasión y cambios de actitud. Más aun, cuando la organización de los mensajes y acciones de comunicarse se rigen por el paradigma de Laswell, que determina el "quién, dice qué, a quién, cómo, cuándo, dónde", científicamente el proceso de comunicación tiende a centrarse en una u otra de tales preguntas antes mencionadas. Los estudios apuntan hacia el "quién", quien es el comunicador, contemplan los factores que inician y guían el acto de la comunicación. (Laswell, 1948).

De igual forma, existen especialistas que se enfocan en "dice qué", haciendo análisis de contenido transmitido. Esto se puede contemplar principalmente en la radio, prensa, películas y otros canales de comunicación. Haciendo análisis de los medios se debe recalcar que es necesario un análisis de audiencia para tener resultados efectivos.

Según Bruno (2017), la utilidad de las diversas vertientes depende, por completo, del grado de delicadeza que se considere apropiado para un objetivo científico o administrativo. A menudo, es más sencillo combinar el análisis de audiencia y efecto, por ejemplo, el estudio de los datos, centrado en el mensaje, y el estudio del estilo centrado sobre la organización de los elementos que componen el mensaje.

1.6. Gestión de la comunicación

Dentro de todo conjunto social, los individuos se comunican para existir, en el caso de las organizaciones es primordial comunicarse tanto interna como externamente para transmitir sus valores a la sociedad. Acorde a Herranz (2007), se puede acotar que la comunicación forma parte de la esencia misma de toda organización, y se encuentra presente durante todos sus procesos en toda la gestión.

No solo se trata de desarrollar grandes planes de comunicación, ni de gastar grandes cantidades de dinero para hacer funcionar cada una de las áreas que la conforman. Todo se centra en tener claro los objetivos, el mensaje, el talento humano y los soportes a utilizar.

Todas aquellas organizaciones que desarrollan estrategias de comunicación definidas, conseguirán la difusión y fomento de los valores sociales que nacen en el seno de la organización (comunicación interna) y se transmiten hacia fuera (comunicación externa). En relación a Charry (2018), esta capacidad de mostrarse tal y como son, por medio de su estrategia de comunicación, va a revertir el efecto acerca de su imagen, sobre su transparencia y sobre su reputación.

Dentro del plan de comunicación de la organización se deben contemplar también las estrategias, los medios y las prácticas para potenciar y facilitar la comunicación ascendente. Peiró y Bresó (2012) resaltan que es importante que las principales vías de comunicación estén establecidas y previstas; el recurso humano con frecuencia requiere y necesita expresar diversos mensajes hacia la gerencia de la organización.

De igual forma, se requiere el desarrollo, la gestión y la evaluación de los medios de comunicación externa; Osorio (2004) hace mención de la publicidad en los diferentes medios, el logo y la marca, la identidad corporativa, flyers y material gráfico, la página web y la presencia en la redes sociales, la memoria anual, las notas de prensa, entre otros. La mayoría de estas opciones, por no englobarlas a todas, juegan un importante papel para las organizaciones, aunque con frecuencia se les presta una atención

limitada. Pese a esto, una adecuada planificación, gestión, implantación y evaluación, dependen de la imagen de esa organización y otros aspectos derivados.

1.7. Finalidad de un plan de comunicación:

(Barreiro, 2020) expone que un plan de comunicación es similar a una brújula a la hora de trazar acciones para lograr que el mensaje se canalice correctamente; además, ayuda a las organizaciones a optimizar recursos y esfuerzos de manera precisa, clara y ordenada.

- **Finalidad de un plan de comunicación interna:** ayuda a obtener un mensaje uniforme dentro de la organización, lo que facilita la realización de encomiendas de manera eficiente. Hace partícipes a todos los miembros, ya que el flujo de la información es bidireccional y de esa manera se evitan la pérdida de datos importantes.
- **Finalidad de un plan de comunicación externa:** permite conseguir resultados ajenos a la organización, pero que contribuyen al bienestar común y al crecimiento de la misma.

Para (Da Silva, 2021) un plan comunicacional en situación de crisis es como un manual de instrucciones que ayuda en momentos inesperados, difíciles o de rápida respuesta.

Según la (OMS, 2020), la comunicación se ha convertido en un elemento fundamental tan necesario para el control de las epidemias como el entrenamiento epidemiológico y el análisis de laboratorio.

1.8. Beneficios de desarrollar un buen plan comunicacional

- ✓ Establece una cohesión entre los objetivos del equipo directivo, los miembros de la organización y el público objetivo a informar.
- ✓ Permite tomar decisiones rápidas y acertadas.
- ✓ Incrementa la cuota de público que será propenso a captar el mensaje de la manera en que se necesita.
- ✓ Permite evaluar la respuesta de la comunicación.
- ✓ Delimita recursos y los asigna.

1.9. Elaboración de un plan de comunicación:

Conforme a (Barreiro, 2018), se debe conocer la situación actual tanto de la organización como del entorno en el que se desenvuelve nuestro público objetivo, para ello es necesario realizar dos tipos de análisis:

- Un análisis del entorno externo: con la finalidad de evaluar su estado socioeconómico, estilo de vida, entre otros aspectos relevantes que permitan dirigir el mensaje de una manera en la que el público sea capaz de interesarse y entender.
- Un análisis interno de la organización: para ello se puede utilizar un DAFO:



Figura 2. Análisis DAFO propuesta por Albert S. Humphrey

2. Crisis Sanitaria

La palabra Crisis, proviene del latín *crisis*, que significa cambios en cualquier aspecto de una realidad anteriormente organizada. Acorde con la (RAE, 2021), una crisis puede definirse como un cambio brusco y profundo con consecuencias negativas o positivas significativas, dependiendo de cómo sean vistas en uno o varios ámbitos.

Una crisis sanitaria, de acuerdo con (CDC, 2011), es una situación sumamente grave, repentina e inusual, causada por un agente que altera la salud de una comunidad grande de manera simultánea, provocando un desequilibrio y una situación de necesidad, ya sea de recursos humanos o bienes, respuestas lentas ante la incertidumbre, preocupación de la población y pánico, con alto riesgo de pérdidas de vidas humanas y que por ende se requiere de una acción inmediata por parte de las entidades públicas y gubernamentales de la región afectada.

2.1. Origen del Covid-19

El coronavirus o SARS-CoV-2 es una enfermedad viral respiratoria muy contagiosa perteneciente a una familia de virus. Se originó por primera vez en diciembre del año 2019 en Wuhan, una ciudad de la provincia de Hubei en China. El primer caso de covid-19 fue reportado el 7 de enero de 2020 según el Centro para Control y Prevención de Enfermedades, luego que el 31 de diciembre del año 2019 la comisión de salud municipal notificará 27 casos de una neumonía etiología desconocida.

El enlace de todos los primeros casos se trataba de personas que tenían algún tipo de vinculación con el Mercado Huanan en Wuhan, el cual vende al mayor mariscos, pescados y animales vivos, entre otros. Por tanto, las autoridades sanitarias de ese país tomaron muestras de ese mercado y el primero de enero del año 2020 fue clausurado por medidas de seguridad.

Habría que tener en cuenta que la mayoría de los casos son leves, pero en otros casos la afección puede ser muy grave hasta tal punto de ocasionar la muerte. Esto ocurre en personas mayores de 60 años con padecimientos de patologías previas al virus, por ejemplo (hipertensión arterial, enfermedades pulmonares, inmunodeficiencias, entre otras).

Por los estudios realizados hasta ahora, la transmisión se produce por contacto físico con las personas por microgotas de saliva al hablar, toser o estornudar o por tocar objetos contaminados, y se considera poco probable su transmisión por aire a distancias mayores a un metro.

Este punto es valioso para nuestra investigación, ya que en él se explica brevemente el origen del covid-19, lo cual se pretende abordar en el estudio debido a cuál es el impacto que produjo el teletrabajo en el balance vida-trabajo durante la pandemia originada por el covid-19.

2.2. Características de una crisis sanitaria

La gravedad de una crisis sanitaria generalmente se mide de acuerdo a factores como: número de personas afectadas, por su extensión geográfica, o por la morbilidad o mortalidad del proceso patógeno que lo origina.

Mientras que, en el ámbito económico predominan situaciones como: alza de los precios de ciertas medicinas o insumos, como en el caso del inicio de la pandemia del SARS Covid-19, se pudo apreciar que las mascarillas escaseaban y las existentes estaban con un precio desorbitante al público; disminución o estancamiento de las actividades económicas, lo que se plasma en desempleo y dificultades en las operaciones de transporte público y para el comercio.

La desinformación, añadida al sufrimiento humano característico de una crisis sanitaria, deriva en un pánico colectivo, aumento del índice de delincuencia y violencia, restricciones de movilidad, sin contar que se ven afectados otros grupos vulnerables de salud.

Por lo general hay tres componentes clave en las crisis sanitarias:

- Problema de salud pública
- Problema de coordinación sanitaria
- Alarma sanitaria. Mala comunicación de riesgos a la población originando conmoción social

2.3. Tipos de crisis sanitarias:

- Crisis alimentaria: una crisis alimentaria se produce cuando no se satisfacen las necesidades básicas de comida y agua entre los miembros que conforman una sociedad, ya sea una región o país. Son multifactoriales y se producen por: escases de recursos naturales, falta de recursos económicos que va de la mano con un alto índice de pobreza, alza de precios de productos de la canasta básica, plagas, entre otros factores, que a su vez pueden ser desencadenados por sucesos como: conflictos armados, crisis económicas y el creciente y preocupante cambio climático.
- Crisis medioambiental: una crisis medioambiental o ecológica se produce cuando existe una pérdida acelerada y desmedida de la biodiversidad de una región, lo

que a su vez ocasiona un desequilibrio importante que impacta directa e indirectamente a los organismos bióticos y abióticos del sector, amenazando con impedir su continuidad.

Entre los factores abióticos que generalmente se ven alteran, se encuentran fenómenos como la variación y alteración de las temperaturas de manera anormal o poco común, el aumento o disminución de la cantidad de las precipitaciones o la humedad atmosférica, al igual que otros eventos imprevistos como lo son una erupción volcánica o la caída de un meteorito que pueden afectar severamente las condiciones medioambientales.

Por otro lado, factores bióticos que comprometen el equilibrio ecológico de un hábitat son la migración, desaparición o extinción de una especie; la aparición o invasión de una especie exótica en un ecosistema que le es desconocido o no es su hogar, así como la superpoblación o la intensa depredación de una especie en particular.

Si bien en la naturaleza se han dado este tipo de crisis de manera espontánea producto de desastres naturales como terremotos, erupciones volcánicas, entre otros sucesos; actualmente las crisis medioambientales son producto de la acción humana o científicamente denominado como factor antrópico, que modifica el entorno natural, lo que a su vez origina destrucción de los suelos, desviación del cauce de los ríos, desaparición de bosques vírgenes, agotamiento o degradación de los recursos naturales, consumo de energía de manera indiscriminada, introducción de especies extrañas en los hábitats, entre otras consecuencias que producen un fuerte impacto ambiental y que dan cabida al surgimiento de crisis ecológicas.

- Crisis infecciosa: una enfermedad infecciosa es aquella que es causada por organismos como hongos, bacterias o parásitos; muchos de estos viven continuamente en nuestros organismos y la mayoría resulta ser inofensivo, sin embargo, bajo ciertas condiciones (MFMER, 2021). Los medios de transmisión y

contagio son variados: pueden ser de persona a persona por medio del aire, saliva o incluso piel; por estar en contacto con agentes contaminados como agua, suelo y alimentos o con insectos y otros animales. Cada enfermedad infecciosa tiene sus signos y síntomas específicos.

2.4. Causas de una enfermedad infecciosa:

- Bacterias. Se trata de organismos unicelulares y son los causantes de enfermedades como faringitis estreptocócica, infecciones del tracto urinario y tuberculosis.
- Virus. Son organismos incluso más pequeños que las bacterias, que causan una gran variedad de enfermedades que van desde el resfriado común hasta el SIDA.
- Hongos. Son organismos eucariotas pertenecientes al reino Fungi. Causan muchas enfermedades de la piel, como la tiña y el pie de atleta. Otros tipos de hongos más agresivos pueden infectar los pulmones o el sistema nervioso.
- Parásitos. Son animales microscópicos que utilizan a otro ser vivo para desarrollar sus ciclos vitales. Causan muchas enfermedades y son más comunes en climas tropicales. Un ejemplo de ello es el pequeño parásito que se transmite por la picadura de un mosquito y que causa la malaria. Otros parásitos pueden transmitirse a los seres humanos a través de las heces de los animales presentes en el agua, alimentos o suelo.

2.5. Modo de transmisión de las enfermedades infecciosas:

- **Contacto directo:** Se trata de un contacto de primera mano con el agente de contagio, como, por ejemplo:
 - De persona a persona: surge cuando una persona contagiada toca o besa a alguien que no está infectado, o tose o estornuda muy cerca de esta. También puede ocurrir un contagio a través del intercambio de fluidos corporales por contacto sexual. La persona que transmite la enfermedad, puede no tener síntomas, pero puede ser simplemente portador.
 - Si te muerde o araña un animal infectado, te puede enfermar y, en circunstancias extremas puede ser mortal. La manipulación de los desechos de los animales también puede ser peligrosa, así como el consumo de carnes que no se encuentran bien cocidas o preparadas en un ambiente insalubre.
 - De la madre al feto: en el vientre materno se pueden transmitir virus y bacterias a través de la placenta o el cordón umbilical que causan una enfermedad infecciosa al nacer.
- **Contacto indirecto:** muchos patógenos se encuentran en objetos inertes, como mesas, picaportes o llaves de grifo.

Al tocar un picaporte que tocó alguien que, por ejemplo, padecía una enfermedad infecciosa, se puede contagiar mediante el tacto de los ojos o mucosas sensibles con las manos infectadas del contaminante de la otra persona, haciendo que sea posible un contagio de una patología transmisible.

2.6. Modos de control de las enfermedades infecciosas:

Existen muchas formas de prevenir una enfermedad infecciosa, como son el lavado de manos, el uso de vacunas según las recomendaciones y evitar estar en contacto con personas enfermas, sin embargo, una vez que se ha producido el contagio es necesario llevar a cabo un tratamiento prescrito por un médico para tratar los síntomas y matar o disminuir a acción del patógeno.

Ahora bien, una crisis infecciosa se da cuando un patógeno contaminante causante de una enfermedad infecciosa, valga la redundancia, se propaga de manera rápida y no se tiene mucho conocimiento acerca de su naturaleza, los medicamentos existentes no surgen el efecto esperado o el patógeno muta de manera rápida y constante, lo que ocasiona altas tasas de infectados y gran número de muertes.

- Crisis toxicológica: se produce por sustancias ajenas al medio o al organismo, que se introducen de manera agresiva y masiva. Un claro ejemplo son los derramamientos de petróleo, los envenenamientos, etcétera.

MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO II

1. Tipo de investigación

La presente investigación será de carácter exploratoria y descriptiva. La investigación descriptiva utiliza técnicas como la encuesta, entrevista, observación y revisión documentada para su desarrollo. Su alcance considera al fenómeno estudiado, miden y evalúan los conceptos y se definen variables.

A su vez, dicho estudio está enmarcado en un alcance exploratorio, ya que según Arias (2012) se basa en el estudio de problemas poco estudiados, de los cuales existen muchas dudas o no se ha abordado anteriormente; por tanto, el investigador debe indagar desde una perspectiva innovadora, preparando el terreno para nuevos estudios.

De acuerdo con Arias (2012), este tipo de investigación tiene como eje primordial la necesidad de establecer o ejecutar un proceso de índole contextual; en este modelo la persona que investiga está ligado a un ambiente de índole natural (entorno) en el cual se encuentran las personas y las fuentes consultadas se obtienen de una manera directa. En este parámetro se obtiene datos de primera mano de los individuos o grupos a los cuales se accede para obtener la información de manera científica, analizando cada una de las variables y correlacionándolas para obtener datos precisos y claros.

Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones

(postulados) verificables Esta clase de estudios son comunes en la investigación del comportamiento, sobre todo en situaciones donde hay poca información. (Ibarra, 2015).

La investigación exploratoria corresponde al primer acercamiento a un tema específico antes de abordarlo en un trabajo investigativo más profundo. Se trata de un proceso para tener información básica relacionada con el problema de investigación. (Ortiz, 2021)

“La Investigación científica surge de la necesidad del hombre de dar solución a los problemas más acuciantes de la vida cotidiana, de conocer la naturaleza que lo rodea y transformarla en función de satisfacer sus intereses y necesidades” (Lopez, 2013)

Cuando se trata de un estudio de campo, se hace referencia a la obtención de datos e información correspondiente a la realidad selecta, se ha utilizado este tipo de investigación debido a la presencia objetiva de la comunidad educativa para fomentar el proceso comunicativo dentro de la institución. Asimismo, cabe mencionar los métodos teóricos utilizados:

Método inductivo:

Permite analizar casos particulares para extraer conclusiones generales. Este proceso de inducción parte de la observación para luego buscar las causas mediante la experimentación y comparación que le permitan la abstracción de leyes para finalmente generalizar los resultados (Arias, 2012).

Método deductivo:

El método deductivo es un instrumento de mucha importancia porque permite descartar ideas erróneas sobre el funcionamiento de la naturaleza, además ayuda a identificar un fenómeno que necesitamos conocer, además de deducir resultados esperados de la idea no comprobada que quizá pueden llegar a ser ciertas, contrastar estas predicciones con observaciones y quitar aquellas hipótesis basadas en suposiciones (Arias, 2012).

2. Técnicas e instrumentos de investigación

La encuesta es una técnica de muy amplia visión que sirve para realizar investigaciones de carácter rápido y eficaz, son muy aplicadas por su carácter ágil y que puede lograr respuestas a interrogantes informales y que sirven para despejar dudas de diferentes ámbitos dentro de un tema.

La encuesta según Tamayo y Tamayo (2008) “es aquella que permite dar respuestas a problemáticas de manera descriptiva como la relación de variables, una vez recolectada de manera sistemática la información acorde con el diseño previamente establecido”. Dicha técnica es la herramienta más efectiva para el tipo de proyecto que se planteó, ya que este método permite indagar, preguntar y analizar la información a través de la cual se buscará resolver las interrogantes propuestas.

Para realizar una encuesta, se debe seguir ciertos pasos que el autor señala, citando a Pulido (1967):

3. La población y la muestra:

La población se refiere al conjunto de personas del cual se requiere conocer la información y la muestra se refiere a cada individuo que contestará.

- **Selección y tamaño de la muestra:**

Debe tener un número representativo de la región, el lugar, edad, sexo, y localizar los datos que ayudarán a conseguir la muestra. Por ejemplo, en el caso de universidades: listado de alumnos, segmentar por nivel socioeconómico, etcétera.

Se puede definir como población finita a aquella que se encuentra conformada por un número limitado de elementos, por lo tanto no es necesaria la aplicación de fórmula muestral; se toma el 100% de la población con la que se cuenta como objeto del estudio. Para el desarrollo de la investigación se seleccionó para trabajar en el proyecto una población finita conformada por pobladores de la parroquia rural de Casacay.

POBLACIÓN	CANTIDAD
Moradores de la parroquia Casacay	10 personas
TOTAL	10 personas

Tabla 1. Fuente: Nancy Quezada (2021)

4. Preguntas de la encuesta

La encuesta estará dirigida a los habitantes de la parroquia Casacay:

Gracias por tomarse el tiempo para participar en esta encuesta. La información recaudada será utilizada para determinar el proceso de vacunación en nuestra comunidad.

1- ¿Conoce personalmente a alguien que tenga o haya tenido COVID-19?

- Sí
- No
- Prefiero no responder

2- ¿Ud. considera que la comunicación de riesgos se considera un eje esencial para enfrentar las emergencias que repercuten en la salud pública, durante el proceso de vacunación para evitar contagios del Covid-19?

- Sí
- No
- Talvez

3- ¿Ud. considera importante que durante el proceso de vacunación de su parroquia, exista un buen manejo comunicacional que actué como clave para una campaña de vacunación exitosa y con mayor confiabilidad?

- Sí
- No
- Tal vez

4- ¿Ud. ya ha sido informado/a acerca de los riesgos asociados al proceso de vacunación en Casacay?

- Sí
- No

5- ¿Posee usted conocimiento, sobre el proceso de vacunación, su seguridad y en qué se traduce su aplicación (beneficios)?

- Sí
- No
- Tal vez

6- ¿En dónde encontró la información que sabe al respecto de la vacuna contra el COVID19?

- Medios (canales de noticias, periódicos, radio, televisión, redes sociales, campañas publicitarias)
- Departamento de Salud Pública
- De mi doctor de cabecera/Doctor
- Conocidos (familia, amigos, compañeros de trabajo)
- Otro

7- ¿Ud. apoyaría una campaña de comunicación, para reducir los rumores y la desinformación relacionados a la vacuna contra el COVID-19?

- Sí
- No
- Tal vez

8- ¿Ud. considera importante, generar la participación de otros actores en apoyo de la comunicación del proceso de vacunación, tales como influencers; asociados profesionales (en especial de trabajadores de salud), entre otros?

- Sí
- No
- Tal vez

9- Seleccione su género.

- Hombre
- Mujer
- Transgénero
- Otros (por favor explique): _____

10- ¿Qué edad tiene?

- 15-17 años
- 18-24 años
- 25-34 años
- 45-54 años
- 55-64 años
- 65 años en adelante
- Prefiero no responder

11- Seleccione la etnia a la que pertenece.

- Mestizo
- Montubio
- Afro ecuatoriano
- Indio
- Otro

12- ¿Cuál es su nivel de estudios?

- No fui a la escuela
- Primaria
- Secundaria
- Preparatoria
- Carrera Técnica
- Licenciatura
- Maestría
- Doctorado

Gracias por completar la encuesta de planificación del proceso de vacunación contra la COVID 19, en la parroquia Casacay provincia de El Oro año 2021 (Encuesta de planificación para la vacuna contra COVID-19, 2020)

Preguntas de la entrevista al director del Distrito 07D01 Chilla - El Guabo - Pasaje – Salud, encargado del proceso de vacunación contra la COVID 19, en la parroquia Casacay provincia de El Oro año 2021, caso Ministerio de salud pública.

- **¿Las vacunas son seguras y eficaces?**

Todas las vacunas traídas por el Ministerio de Salud Pública son seguras y eficaces.

- **¿Cómo será el proceso de vacunación?**

El proceso de vacunación se viene cumpliendo desde hace más de 6 meses, se inició con fases, se empezó con la fase 1 donde se terminó de vacunar a todas las personas de la tercera edad, y actualmente ya estamos en la fase 4 vacunando a personas de 12 a 15 años

- **¿Dónde y cuándo se debería asistir para dar inicio al proceso de vacunación en la parroquia Casacay?**

En las parroquias del cantón Pasaje, de acuerdo a la programación del centro de salud y con los actuales políticos de la parroquia Casacay se planificará para las diversas etapas de la vacunación.

- **¿Cuáles son los beneficios de vacunarse?**

Los beneficios son: disminuir los síntomas en caso de presentar Covid-19, la transmisibilidad se disminuye y las complicaciones que causa esta enfermedad.

- **¿Por qué hay grupos prioritarios?**

Los grupos prioritarios en si son grupos que son más vulnerables a tener complicaciones con la enfermedad como son adultos mayores personas con discapacidad, mujeres embarazadas, personas con enfermedades catastróficas como diabetes o hipertensión y obviamente pueden ser más vulnerables o más susceptibles

a tener complicaciones con la enfermedad por esa razón se han creado los grupos prioritarios

- **¿Tienen efectos secundarios las vacunas?**

Los efectos secundarios de la vacuna a nivel mundial, se han visto que los principales son como todas las vacunas, el alza térmica, malestar general que se puede presentar, que algunas vacunas presentan otras complicaciones pero que en porcentajes son casi insignificante

- **Si la mayoría de la población de la parroquia Casacay se vacunan ¿ya no se contagiarán?**

No, el estar vacunado, lo que ayuda es a disminuir el riesgo del contagio entre unas personas a otras, pero no quiere decir que no nos vamos a contagiar

- **¿Cuáles serían las medidas de protección que deben de seguir los habitantes de la provincia del Oro, luego de haberse vacunado?**

A nivel mundial, la alarma de bioseguridad se debe de mantener, el uso permanente de la mascarilla, el distanciamiento social y el lavado permanente de manos, se debe de mantener durante varios meses más.

- **¿Considera Ud. importante trabajar los aspectos emocionales de las audiencias, como la percepción del riesgo de enfermarse de la COVID-19?**

En si la parte emocional si tiene mucho que ver, porque ha habido personas que estando a punto de vacunarse han desertado de la vacunación por el miedo a los comentarios que hay en la comunidad de los efectos secundarios que pueden tener, pero se trata de trabajar ya que se hicieron campañas con psicólogos con trabajadores sociales para mermar este tipo de complicaciones que se puedan dar antes de la vacunación con los pacientes.

- **¿Considera Ud. necesario provocar un efecto multiplicador de los mensajes sobre los beneficios de la vacuna para así aumentar el alcance de la difusión de la información sobre la parroquia Casacay?**

Es muy importante que llegue un mensaje correcto a cada una de las personas para que puedan vacunarse.

- **¿Considera pertinente difundir información oficial actualizada y constante sobre la vacuna a los habitantes del área en específico?**

Es muy importante que la gente tenga la información adecuada para que tome la decisión correcta en cuanto a la vacunación, todas las vacunas tienen la misma efectividad, lo que, si hay que tener en cuenta es que, dependiendo de la edad del paciente, va a ser el tipo de vacuna que va a ser inoculado.

- **¿Qué opina acerca de la difusión de los encuentros y acuerdos en los medios de comunicación acerca de la vacuna para evitar contagios del Covid-19?**

Es muy importante la difusión de toda la información acerca del Covid-19, los medios de contagios, las medidas de bioseguridad, y también sobre los puntos de vacunación o los lugares donde van a estar las vacunas presentes, sobre todo, para la aplicación de la segunda dosis, que la gente sepa que se deben de aplicar las dos dosis de la vacuna en el caso de lo que es la Astrazeneca, Pfizer, Sinovac, para poder complementar el esquema y tener un grado de inmunidad adecuado.

- **¿Considera que sería importante, celebrar talleres o encuentros permanentes de actualización de contenidos para ayudar a la población comprender el proceso?**

Si, de hecho, es muy importante la difusión de este tipo de actividades, para que la gente tenga conocimiento de cómo está la enfermedad, talvez las nuevas variantes

que se presentan, las nuevas normas de bioseguridad y la nueva realidad que estamos viviendo como sociedad.

- **¿Que recomienda Ud. hacer para reducir la desconfianza de la población e en torno a las vacunas (contenido, origen, seguridad), al proceso de vacunación, su necesidad, y la continuidad de la adherencia a las recomendaciones de salud pública vigentes?**

La recomendación es que sepan primero la fuente la información de donde viene no dejarse llevar por los dichos de los amigos, vecinos, tíos, la realidad es netamente científica, la CDC y la FDA que a nivel internacional son los entes rectores de las vacunas permanentemente están dando información sobre las complicaciones que se están dando ahora principalmente , todos los pacientes que están ocupando las camas COVID de UCI a nivel internacional, son pacientes no vacunados o ya vacunados pero que están bajo el uso de estupefacientes como cocaína o marihuana, cosa que disminuye el sistema inmunológico, por esa razón es importante que la gente sepa el porque la gente que ha sido vacunada está teniendo complicaciones o está teniendo Covid, no quiere decir que la vacuna no funcione simplemente que son personas prioritarias o vulnerables que no han sabido llevar bien su enfermedad.

- **¿Considera Ud. necesario crear un guion de mensajes claves para diferentes momentos en la línea de tiempo de la vacunación, que permitan una respuesta de los voceros pronta y efectiva?**

La articulación con todos los entes políticos y sociales en todas las comunidades es importantísima para poder llegar a la gente con información adecuada para que no haya aglomeraciones en la vacunación, para que no haya desinformación en cuanto a lo que es el COVID.

- **¿Cuáles medios de comunicación considera que serían los más pertinentes para que el vocero oficial se sienta más cómodo a la hora de comunicar a los habitantes de la parroquia Casacay?**

En si la realidad de pasaje, las áreas rurales el principal método de difusión es la radio, es muy importante la difusión de este medio y las redes sociales es un método actual bastante importante para la difusión de cualquier tipo de información.



Figura 3. Entrevistando al al director del Distrito 07D01 Chilla - El Guabo – Pasaje, encargado del proceso de vacunación contra la COVID- 19.

5. Análisis de datos

Durante el desarrollo del proyecto de investigación, se hizo utilización de una entrevista conformada por dieciséis preguntas y una encuesta estructurada como instrumentos para recolectar datos, la cual estuvo conformada por doce preguntas, misma que sirve como base para el sustento de las interrogantes específicas planteadas previamente en la operacionalización de variables. Para hacer presentación de los resultados obtenidos se hará uso de tablas porcentuales para el procesamiento de la información recolectada con relación a la totalidad de la muestra de estudio.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

CAPITULO III

1.8. Diagnóstico situacional

Una vez efectuada la recolección de información pertinente a las autoridades y moradores de la parroquia Casacay, en la provincia del Oro, se hizo identificación de los diferentes mecanismos para incentivar a los ciudadanos a colaborar en el proceso de vacunación contra la COVID 19

El estudio tuvo su enfoque en la comunidad en la parroquia Casacay - Provincia de El Oro, teniendo en consideración la aplicación de las estrategias comunicacionales implementadas por el Ministerio de Salud Pública para la recepción del proceso de vacunación contra el COVID-19 y elaboración de un plan comunicacional efectivo aspecto principal para afrontar la emergencia sanitaria generada por el Covid-19.



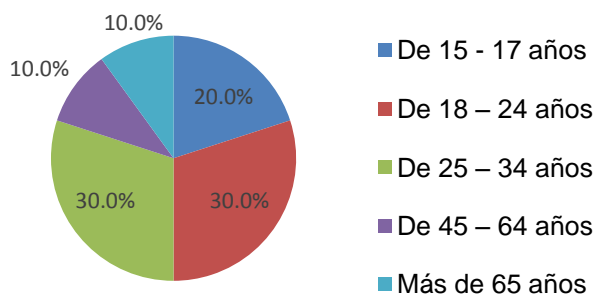
Figura 4. Panorámica de la parroquia Casacay, obtenida del plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Casacay (2015)

1.9. Análisis de las encuestas

Con el propósito de sustentar el objeto de estudio, se efectuó el levantamiento de información por medio de la aplicación de una encuesta, y se reportaron los siguientes resultados:

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De 15 - 17 años	2	20%
De 18 – 24 años	3	30%
De 25 – 34 años	3	30%
De 45 – 64 años	1	10%
Más de 65 años	1	10%
Total	10	100%

Tabla 2. Rango de edad. Fuente: Nancy Quezada (2021)



Una vez realizado el análisis del factor de edad en los moradores de la parroquia Casacay, quienes fueron encuestados, se pudo observar que existen diversos rangos donde un 20% se encuentra entre 15 a 17 años. Un 30% es de 18 a 24 años, seguidamente hay un 30 % comprendidos entre edades de 25 a 34 años, otro 10 % conforma personas de 45 a 64 años y finalmente un 10% de personas de más de 65

años. Siendo una muestra diversa la cual fue apropiada para recabar información desde diferentes perspectivas acordes a las edades que manejen los objetos de estudio.

Tabla 3. ¿Conoce personalmente a alguien que tenga o haya tenido COVID-19?

- Sí
- No
- Prefiero no responder

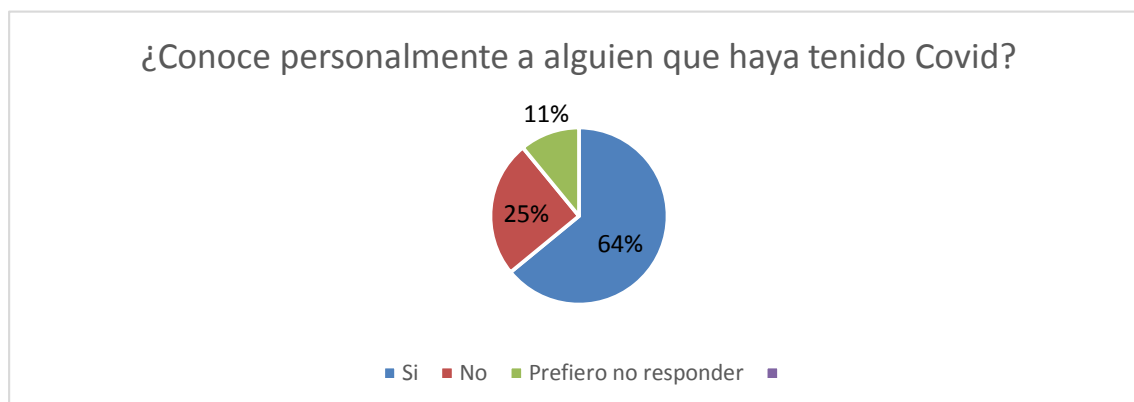


Tabla 4. ¿Ud. considera que la comunicación de riesgos se considera un eje esencial para enfrentar las emergencias que repercuten en la salud pública, durante el proceso de vacunación para evitar contagios del Covid-19?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Ud. considera que la comunicación de riesgos se considera un eje esencial para enfrentar las emergencias que repercuten en la salud pública, durante el proceso de vacunación para evitar contagios del Covid-19?

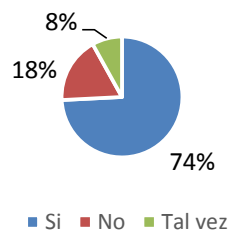


Tabla 5. ¿Ud. considera importante que durante el proceso de vacunación de su parroquia exista un buen manejo comunicacional que actué como clave para una campaña de vacunación exitosa y con mayor confiabilidad?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Ud. considera importante que durante el proceso de vacunación de su parroquia, exista un buen manejo comunicacional, que actué como clave para una campaña de vacunación exitosa y con mayor confiabilidad?

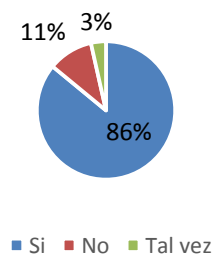


Tabla 6. ¿Ud. ya ha sido informado/a acerca de los riesgos asociados al proceso de vacunación en Casacay?

- Sí
- No

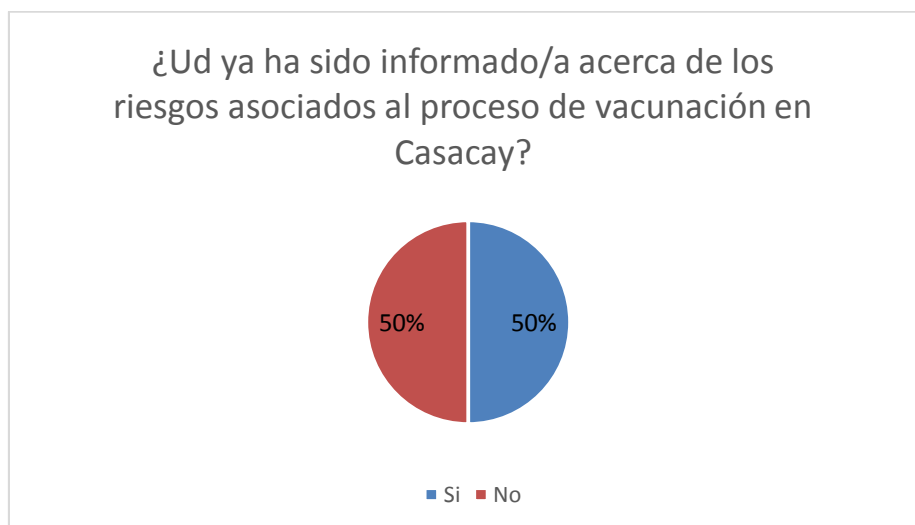


Tabla 7. ¿Se ha puesto a su conocimiento, sobre lo que son las vacunas (proceso), su seguridad y en qué se traduce su aplicación (beneficios)?

- Sí
- No
- Tal vez

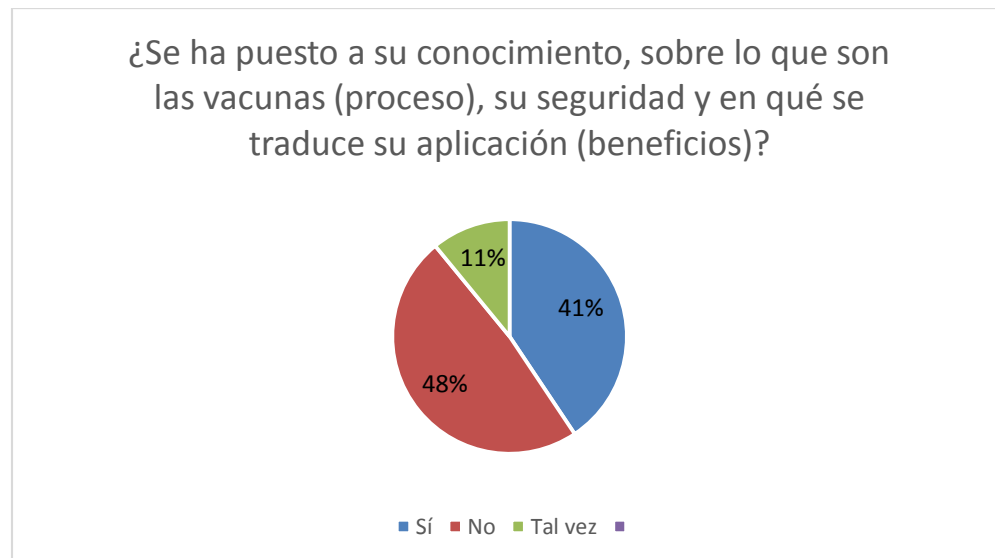
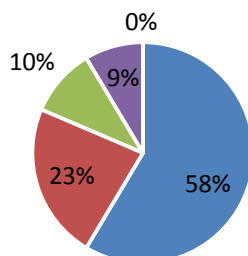


Tabla 8. ¿En dónde encontró la información que sabe al respecto de la vacuna contra el COVID-19?

- Medios (canales de noticias, periódicos, radio, televisión, redes sociales, campañas publicitarias)
- Departamento de Salud Pública
- De mi doctor de cabecera/Doctor
- Conocidos (familia, amigos, compañeros de trabajo)
- Otros

¿En dónde encontró la información que sabe al respecto de la vacuna contra el COVID-19?



- Medios (canales de noticias, periódicos, radio, televisión, redes sociales, campañas publicitarias)
- De mi doctor de cabecera/Doctor
- Departamento de Salud Pública
- Conocidos (familia, amigos, compañeros de trabajo)
- Otros

Tabla 9 ¿Ud. apoyaría una campaña de comunicación, para reducir los rumores y la desinformación relacionados con la vacuna?

- Sí
- No
- Tal vez



Tabla 10. ¿Ud. considera importante, generar la participación de otros actores en apoyo de la comunicación del proceso de vacunación, tales como influencers; asociados profesionales (en especial de trabajadores de salud), ¿entre otros?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Ud. considera importante, generar la participación de otros actores en apoyo de la comunicación del proceso de vacunación, tales como influencers; asociados profesionales (en especial de trabajadores de salud), ¿entre otros?

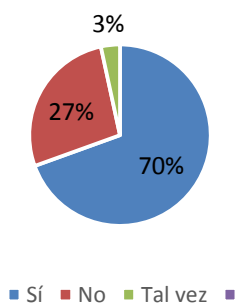


Tabla 11. Seleccione su género

- Hombre
- Mujer
- Transgénero
- Otros (por favor explique): _____

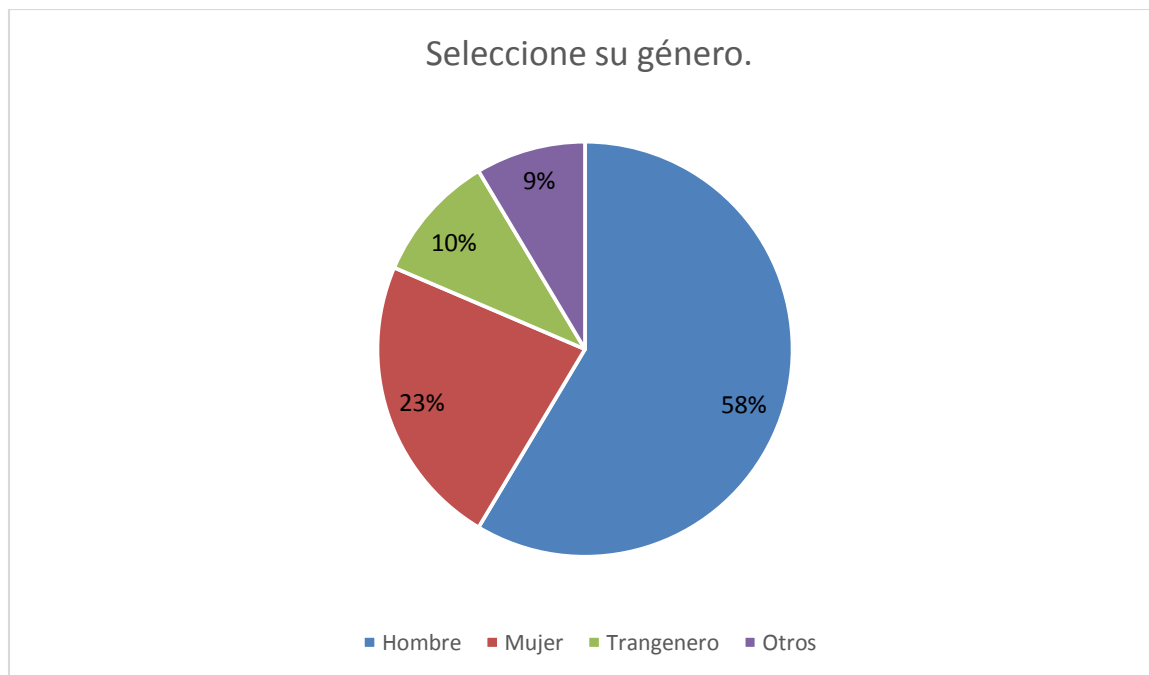


Tabla 12- Seleccione la etnia a la que pertenece.

- Mestizo
- Montubio
- Afro ecuatoriano
- Indio
- Otro

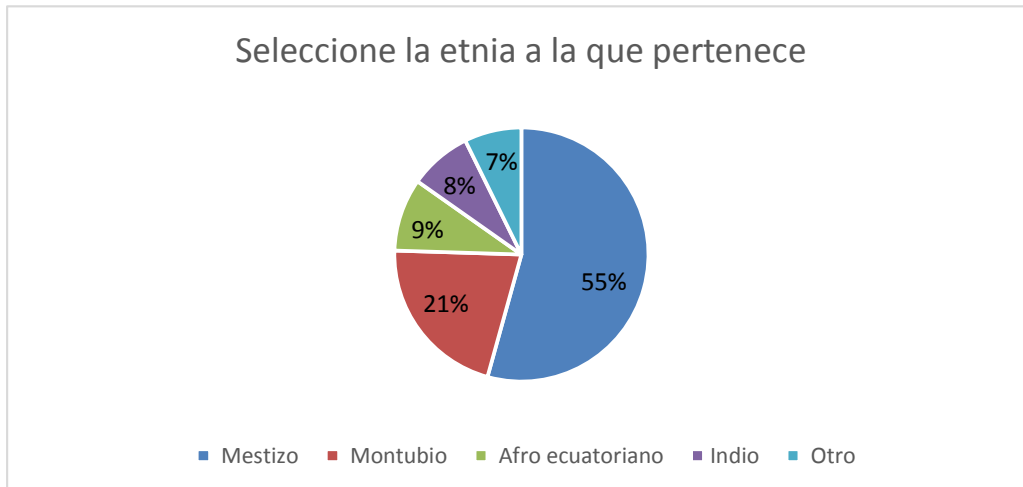
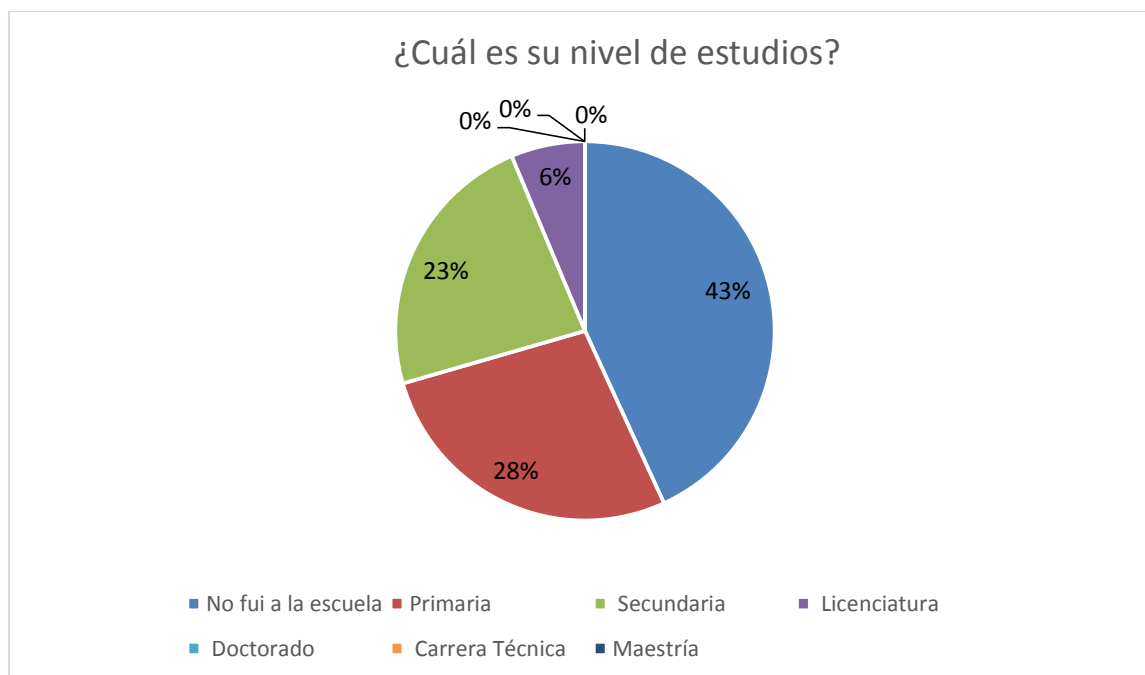


Tabla 13 ¿Cuál es su nivel de estudios?

- No fui a la escuela
- Primaria
- Secundaria
- Carrera Técnica
- Licenciatura
- Maestría
- Doctorado

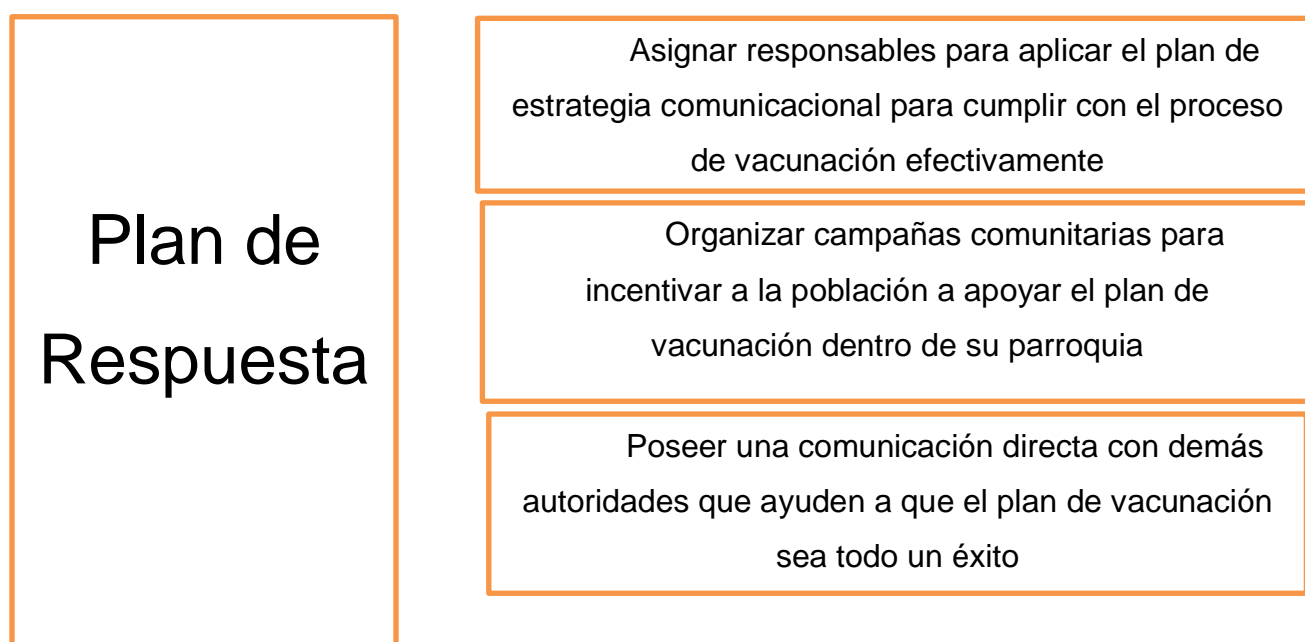










PROPUESTA**CAPITULO IV****1. Plan de respuesta**

“La comunicación consiste en la emisión y recepción de mensajes entre dos o más personas o animales. Quienes se comunican buscan aportar y obtener información acerca de un determinado asunto” (Anónimo , s.f). Es importante mencionar que, dentro de los parámetros para la ejecución del proyecto, es necesaria la participación directa de las estrategias comunicacionales, para que la comunidad pueda estar consciente e informada de todos los detalles importantes relacionados al proceso de vacunación, que se pretende efectuar en la parroquia Casacay, en la provincia del Oro.

2. Escenarios de la estrategia de comunicación durante el proceso de vacunación

Un buen proyecto de vacunación a una comunidad se encuentra vinculado estrechamente al éxito de las comunicaciones entre los miembros que lo conforman, para dar respuesta a la resolución de los conflictos que pudieran generarse en el seno de la parroquia Casacay. Las estrategias comunicacionales deberán ser también ampliamente utilizadas en el desarrollo de dicho plan de vacunación, puesto a que, son las herramientas fundamentales para las mismas.

Es relevante mencionar que, la comunicación de riesgos se considera un eje fundamental para poder superar obstáculos o inconvenientes que repercuten el buen camino del plan de vacunación de un sector en específico, puesto a que, las personas, podrán estar mejor informadas, en cuanto a los posibles efectos secundarios o riesgos de las vacunas que serán aplicadas.

A través de la misma, la población podrá tener conocimientos de los riesgos, y estar muy bien informada para proteger su salud y la de sus seres queridos. Asimismo, la comunicación de riesgos facilita entablar un diálogo entre las autoridades y sus públicos con la finalidad de generar cambios de comportamiento y así obtener un proceso de vacunación más eficaz y ágil. (Organización Panamericana de la Salud, 2021)

El manejo correcto del proceso de vacunación contribuye a una mejor respuesta a la superación de la emergencia que se está viviendo actualmente, además, refuerza el liderazgo de las autoridades a cargo y la confianza de la población en ellas y en las medidas establecidas. La estrategia de comunicación de riesgos será el documento base que indicará la ruta que hay que seguir en materia comunicacional. Además, dicha estrategia permitirá liderar, contener o mitigar las repercusiones públicas en torno a las vacunas y a la vacunación. (Organización Panamericana de la Salud, 2021)

3. Estrategias para fomentar la gestión de comunicación

La vinculación entre la comunicación y la comunidad de la parroquia de Casacay, es el punto central para la ejecución del proyecto central de la comunicación, aplicando la utilización de las diversas herramientas y metodologías que han surgido, para propiciar actualizaciones en las modalidades de estudio, en esto se incluyen nuevas teorías y nuevas metodologías.

El contenido que conforma un Plan Estratégico de Comunicación debe ser capaz de adaptarse a cada entorno, empresa, institución u organismo para el que se desarrolle. Es debido a esto que las estrategias que conformarán el plan de vacunación, serán válidas para cualquier organización. En cada uno de los apartados que serán propuestos se hará explicación detallada de la finalidad del mismo, el tipo de información que debe recolectarse y cómo estructurar su contenido. A continuación, se muestra un esquema que resume las etapas a desarrollar:



Figura 5. Sobre las Etapas para un Plan Estratégico de Comunicación

3.1. Primera etapa: análisis de la situación.

El proceso de recopilación de la información en el desarrollo de cualquier plan estratégico se hace fundamental, en este caso se hace especial hincapié en el análisis de los recursos de comunicación interna de la Institución.

Finalidad: El propósito de esta primera etapa de todo es la recopilación de información de interés, esta etapa ha de ser exhaustiva. No se puede desarrollar una estrategia sin tener unos objetivos previamente trazados, ni estos pueden ser fijados por medio del desconocimiento de las oportunidades y amenazas de su entorno. Es debido a ello, que se debe realizar un estudio riguroso y analítico de las circunstancias internas y externas que acompañan a la Institución educativa en virtud de las situaciones de conflicto que puedan suscitarse.

3.2. Segunda etapa: diagnóstico de la situación.

Una de las estrategias con más reconocimiento para el diagnóstico de situaciones, es la herramienta DAFO (donde se hace exposición de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de la organización). Dicha herramienta es de gran utilidad para poder determinar objetivos y estrategias de comunicación que otras que resultan más operativas en el ámbito del marketing y gestión de recursos humanos.

Finalidad: la finalidad de esta etapa reside en elaborar un diagnóstico de manera detallada y clara, un cuadro estructurado donde se refleje información que ayude a definir la situación de la empresa. Cuando se habla de situación, en este caso se hace referencia a: sus ventajas y desventajas frente al entorno educativo y su entorno, así como la síntesis del análisis descriptivo del interior del centro educativo.

Información: en este punto no se debe hacer recolección o aporte de información nueva para la institución, sino que se trata de proporcionar de manera sintética información recogida en la etapa anterior. Dicha síntesis supone un claro esfuerzo para

hacer diagnóstico, en relación a la información recabada, el estado de la Institución desde el punto de vista externo e interno de la misma.

Estructura: la estructura de este punto necesita de una introducción en donde se haga reflexión acerca de las herramientas más habituales para el diagnóstico de la comunicación y del estado de la entidad, y la justificación del porqué se ha seleccionado el análisis DAFO. El segundo punto supone hacer exposición del diagnóstico DAFO. En este caso, la estructura sería: Introducción (Herramientas más usuales para el diagnóstico); Diagnóstico DAFO.

3.3. Tercera etapa: determinación de los objetivos de comunicación.

En esta etapa, ya se tiene información de la institución respecto al entorno educativo y se ha diagnosticado su situación interna y externa. A partir de ahora, y antes de fijar los objetivos de comunicación, no sería adecuado definir objetivos y estrategias de comunicación si previamente no han sido delimitados los objetivos y estrategias a utilizar.

Finalidad: la finalidad de esta etapa es, una vez conocida la situación actual de la institución, determinar la estrategia a seguir, partiendo de los datos recolectados tanto externa como internamente.

Información: la información que se precisa hace referencia a las decisiones que se hayan tomado en el nivel más alto de la empresa, tales como: decisiones estratégicas institucionales (misión y visión).

Estructura: dentro de esta etapa, debe de asignarse a un encargado del manejo de la comunicación, quien debe recoger información relevante sobre las decisiones estratégicas adoptadas por la institución y reflexionar sobre ellas.

3.4. Cuarta etapa: elección de las estrategias.

Para hacer elección de las estrategias que permitirán la consecución de los objetivos que se fijan inicialmente, se debe diferenciar los diferentes niveles existentes en las estrategias definidas por la directiva de la institución

Finalidad: la finalidad de este punto es determinar las diferentes estrategias que, se han de llevar a cabo en comunicación a la hora de implementar un plan estratégico. Donde se determina la idoneidad o no de cada una de ellas, analizando los pros y contras de su aplicación.

Información: la información que se detalla es la relativa a las estrategias descritas. Éstas se adoptan en distintos niveles de la institución, para poder desarrollar una eficaz planificación estratégica de la misma.

Estructura: la estructura requiere de una introducción en la que se reflexione sobre los niveles de supeditación de las estrategias de comunicación. En el siguiente punto, deben evaluarse los pros y contras de cada una de ellas, y elegir la adopción de las correspondientes estrategias de comunicación. La estructura, sencilla, comprendería: introducción y evaluación y elección de las estrategias.

3.5. Quinta etapa: definición de los planes de acción.

Las estrategias definidas en las anteriores etapas no serán eficaces a no ser que se concreten en planes de acción que detallen el modo y el momento en que se llevarán a cabo, con el fin de conseguir los objetivos previamente fijados. Una estrategia debe traducirse en acciones concretas para ser una estrategia efectiva. Además, es importante asignar un responsable que supervise y ejecute los planes de acción en los plazos que se definirán.

Finalidad: La finalidad de esta etapa es concretar en planes de acción, ejecutables y acotados en el tiempo, las estrategias planteadas con anterioridad. Una estrategia

puede concretarse en diferentes planes de acción y, a su vez, un plan de acción puede formar parte de diferentes estrategias y contribuir a la consecución de varios objetivos.

Información: para determinar los planes de acción, es necesario calcular el coste económico y los recursos humanos de cada uno de ellos. Además, es importante determinar el responsable de la ejecución cada uno de los planes, así como diferentes grados de responsabilidad en los mismos, si fuera necesario.

Estructura: la estructura de este apartado requiere de una introducción en la que se reflexione sobre los diferentes planes de acciones a desarrollar por la empresa. Para ello, la estructura sería: introducción y planes de acción sobre comunicación (es necesario concretar: decisión a realizar, acción, plazo, responsable y presupuesto).

3.6. Sexta etapa: evaluación

Evaluar las estrategias y acciones que se han llevado a cabo permite a la organización conocer qué ha hecho bien o mal, qué acciones han tenido más o menos éxito, aceptación o impacto en el público objetivo. Sin esta valoración periódica difícilmente será capaz de corregir y mejorar sus estrategias en el futuro.

Finalidad: Los resultados deben medirse de acuerdo con los objetivos, de forma que habrá que acudir a los objetivos que generaron las estrategias y compararlos con el resultado final. Es aconsejable la creación de un modelo de evaluación “ad hoc” para cada plan estratégico.

Información: en esta etapa se deberían retomar los objetivos descritos en la tercera etapa y definir de qué forma pueden ser evaluados. Una vez descrita la metodología de evaluación, debe concretarse el responsable y el plazo de tiempo asignado para la evaluación.

4. Origen del nombre de la parroquia

Se deriva del vocablo quechua “CASHUCAY PAMBA” que quiere decir lugar para divisar o espiar hacia abajo, con el pasar de los tiempos y llegada de los españoles se castellanizó este vocablo por el de Casacay.

La Parroquia Rural de Casacay es un poblado donde vivía la tribu de los Máchalas. Las aguas del río Casacay son la principal fuente de agua de la provincia de El Oro, la captación de la planta regional se encuentra a 1.800 metros de la población, toma que beneficia a los cantones de Pasaje, El Guabo y Machala. (GAD PARROQUIAL CASACAY, s.f)

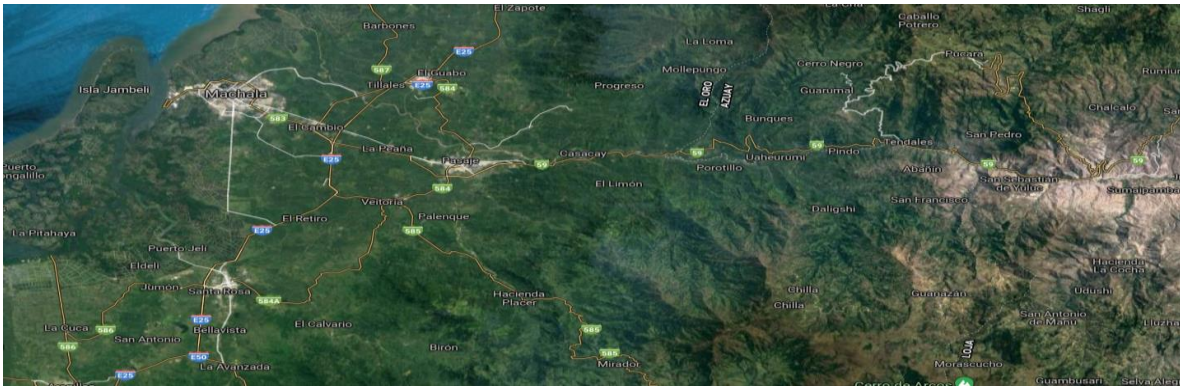
El presente plan de comunicación está orientado a trazar acciones para lograr que el mensaje del proceso de vacunación se canalice correctamente y así se puedan lograr los objetivos planteados. Además, su aplicabilidad ayudará a obtener un bienestar común y a la protección de la salud de las personas que habitan en la comunidad.

5. Objetivo

Desarrollar un plan comunicacional que englobe las estrategias, normas, recursos disponibles y principales acciones de comunicación, tanto internas como externas con el fin de que el mensaje sea recibido adecuadamente por un público específico.

6. Propuesta de plan comunicacional para la recepción del proceso de vacunación contra la COVID 19, en la parroquia Casacay provincia de El Oro año 2021, caso Ministerio de salud pública

La Parroquia Rural de Casacay es un poblado donde vivía la tribu de los Máchalas. Las aguas del río Casacay son la principal fuente de agua de la provincia de El Oro, la captación de la planta regional se encuentra a 1.800 metros de la población, toma que beneficia a los cantones de Pasaje, El Guabo y Machala. (GAD PARROQUIAL CASACAY, s.f)



Ubicación Geográfica de la parroquia Casacay en la provincia del Oro

Parroquia	CASACAY
Cantón	PASAJE
Provincia	EL ORO
Código Localidad	70952
Población	2.457
Densidad Poblacional	40.60
Superficie De La Parroquia (Km2)	60.52

Tabla 14. Cifras estadísticas de la parroquia Casacay. (DATAES, 2021)

7. Plan de acción

<ul style="list-style-type: none">• Paso uno: Seguir la programación del centro de salud de la parroquia Casacay, planificando las diversas etapas de la vacunación
<ul style="list-style-type: none">• Paso dos: Informar detalladamente los beneficios de la vacuna para así aumentar el alcance de la difusión de la información sobre la parroquia Casacay.
<ul style="list-style-type: none">• Paso tres: Incentivar la difusión de toda la información acerca del Covid-19, los medios de contagios, las medidas de bioseguridad, y también sobre los puntos de vacunación.
<ul style="list-style-type: none">• Paso cuatro: La articulación con todos los entes políticos y sociales en todas las comunidades es importantísima para poder llegar a la gente con información adecuada para que no haya aglomeraciones en la vacunación, para que no haya desinformación en cuanto a lo que es el COVID.
<ul style="list-style-type: none">• Paso cinco: Elaboración de un plan de respuesta inmediato, el cual involucre los métodos de difusión, tales como: la radio y las redes sociales, que, en la actualidad, son bastante importante para la difusión de cualquier tipo de información

CONCLUSIONES

Los problemas de comunicación son muy frecuentes en la sociedad a nivel mundial, debido a que la información que es transmitida puede ser tergiversada según conveniencia o beneficios de otros. Esta problemática debería ser mejorada a través de la aplicación de estrategias comunicacionales, las cuales permitirán que la información sea transmitida de manera más efectiva y eficaz.

Por lo cual se evidencia que el desarrollo del plan comunicacional para lograr la vacunación en la parroquia Casacay, se considera oportuna y acorde a las necesidades latentes. Es muy común que las zonas rurales no siempre cuenten con las herramientas idóneas para combatir este tipo de falencias en la comunicación, ya que no cuentan con un programa o plan de gestión de comunicación en caso de alguna crisis que puede suscitarse como resultados del manejo inadecuado en cuanto al comportamiento de las personas que no siguen las normas o protocolos comunes para la prevención de contagios por Covid-19.

En relación a la comunicación interna, entre los moradores y las autoridades de la parroquia Casacay, se pudo constatar que si se ha transmitido información relacionada a las medidas de bioseguridad que debe de seguir la población para no contagiarse. Sin embargo, es muy importante mencionar que, se encuentra debilitado el uso de las diferentes aplicaciones tecnológicas que facilitan el contacto y vínculo entre ambas partes, donde se pudiera plantear estrategias que fomenten la participación de la ciudadanía para maximizar el plan de vacunación a la mayoría de la población.

En síntesis, el plan que se desea implementar, sin duda alguna conllevará consecuencias positivas para la salud de la población, la cual trata de ser incentivada a través de la aplicación de las estrategias comunicacionales para potenciar el efecto de la transmisión de información veraz, confiable y necesaria para los habitantes del cantón Pasaje.

RECOMENDACIONES

En virtud de los resultados obtenidos y analizados, procedente a la colaboración de director del Distrito 07D01 Chilla - El Guabo - Pasaje – Salud, encargado del proceso de vacunación contra la COVID 19, y de la información de los moradores, recolectadas a través de las encuestas, se recomienda:

- Se requiere de la creación de un plan de marketing digital que se encargue de la gestión de la comunicación tanto interna como externa de la parroquia Casacay.
- Es necesario realizar una supervisión sectorial sobre el avance del proceso de vacunación en el Cantón Pasaje, por parte de las autoridades respectivas.
- Designar y capacitar a diferentes voceros para dar frente a las posibles situaciones de crisis que se puedan presentar.
- Diseñar y aplicar un plan de manejo de Crisis debido a que se ha detectado la presencia de ciertos casos de riesgo y crisis dentro de la parroquia Casacay en cuanto al proceso de la vacunación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Colaboradores de Wikipedia. (2021). *Teoría matemática de la comunicación*. Obtenido de <https://tunastc3.tripod.com/ts10/>

Aguaded, I. (2007). *La edu-comunicación: una necesidad sentida, una apuesta urgente*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/279643128_La_edu-comunicacion_una_necesidad_sentida_una_apuesta_urgente

Aguado, J. (2004). *INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACION*. Obtenido de [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)

Aguero, G. (2011). *Vulnerabilidad Educativa*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/269118329/Definiciones-de-Vulnerabilidad-Educativa>

Anónimo . (s.f). *El proceso comunicativo*. Obtenido de <https://definicion.de/proceso-comunicativo/>

Aragon, R. (2019). *Tipos de comunicación*. Obtenido de <https://www.esalud.com/tipos-de-comunicacion/>

Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigación I*. Caracas - Venezuela: Alianza.

Becoña, E. (2010). *LOS ADOLESCENTES Y EL CONSUMO DE DROGAS*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/778/77807705.pdf>

Beinstein, J. (2005). *EL CONCEPTO DE CRISIS A COMIENZOS DEL SIGLO XXI*. Obtenido de http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/418trabajo.pdf

Bruno, D. (2017). *PLANIFICACIÓN Y COMUNICACIÓN: PERSPECTIVAS, ABORDAJES Y HERRAMIENTAS*. Obtenido de

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/59580/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=3

Calderon, L. (Julio de 2014). *LA LÚDICA COMO ESTRATEGIA PARA FAVORECER EL PROCESO DE APRENDIZAJE EN NIÑOS DE EDAD PREESCOLAR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA NUSEFA DE IBAGUÉ*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjEs4nN9fDiAhXvyYUKHW4YBJYQFjAAegQIARAC&url=http%3A%2F%2Frepository.ut.edu.co%2Fbitstream%2F001%2F1409%2F1%2FRIUT-JCDA-spa-2015-La%2520l%25C3%25BA dica%2520como%2520es>

Capriotti, P. (2008). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Obtenido de http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf

Carrera, T., & Guerrero, A. (Agosto de 2018). *Embarazo adolescente y deserción escolar: un secreto a voces*. Obtenido de <http://www.laizquierdadiario.cl/Embarazo-adolescente-y-desercion-escolar-un-secreto-a-voces>

Castro, C., & Filipi, L. (2010). *Modelos Matemáticos de Información y Comunicación, Cibernética (Wiener, Shannon y Weaver): Mejorar La Comunicación es el Desafío de Nuestro Destino Cultural*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3352643>

Cervantes, I. (2020). *¿Qué es Comunicación?* Obtenido de <https://www.comunicayemprende.com/que-es-comunicacion/>

Charry, H. (2018). *LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL*. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>

- Cobo, J. (2010). *El concepto de tecnologías de la información*. Obtenido de Vol. 14, Núm. 27: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/2636/2182>
- COEEE. (s.f). Dirección de Educación Elemental. Obtenido de <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a9/C02-YESENIA.pdf>
- ConceptoDefinicion.de. (2 de Diciembre de 2019). *Definición de reputación*. Obtenido de Redacción: www.conceptoDefinicion.de/reputacion/
- Contreras, A. (2016). *Planificación Estratégica de la Comunicación*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49490.pdf>
- Cuen, C., & Ramirez, J. (2013). *Usos, funciones y efectos de las TIC en el aprendizaje de una licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. Obtenido de https://www.uned.ac.cr/academica/edutec/memoria/ponencias/cuen_ramirez_133.pdf
- DATAES. (2021). Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/censo-poblacion-densidad-superficie-ecuador/casacay-287>
- Durán, A. (2014). *Derecho Ecuador.com*. Obtenido de ABUSO SEXUAL INFANTIL: <https://www.derechoecuador.com/abuso-sexual-infantil>
- Encuesta de planificación para la vacuna contra COVID-19*. (2020). Obtenido de <https://www.pcchd.org/DocumentCenter/View/1394/Covid-19-Vaccine-Readiness-Survey-Spanish-PDF>
- Enrique, A. (2007). *La comunicación empresarial en tiempos de crisis*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4142/aej1de1.pdf>
- Espinoza, R. (2021). *Elementos de la comunicación: tipos y ejemplos*. Obtenido de <https://robertoespinoza.es/2020/11/15/elementos-de-la-comunicacion/>

- Fodymanow, K. (2016). *Imagen corporativa*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- GAD PARROQUIAL CASACAY. (s.f). *Historia*. Obtenido de <http://www.casacay.gob.ec/index.php/ct-menu-item-13/ct-menu-item-15>
- Galeano, E. C. (2019). *MODELOS DE LA COMUNICACION* . Obtenido de <http://huitoto.udea.edu.co/edufisica/motricidadycontextos/modelos.pdf>
- Galeano, M. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Obtenido de Textos académicos: <https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=Xkb78OSRMI8C&oi=fnd&pg=PA11&dq=Galeano,+Mar%C3%ADa+enfoques+de+investigaci%C3%B3n&ots=zrJv dVNDmJ&sig=kmeQsb4wl57BhL9IINojdQFMpVs#v=onepage&q=Galeano%2C%20Mar%C3%ADa%20enfoques%20de%20investigaci%C3%B3n&f=false>
- Galiano, R. (2014). *La comunicación: Importancia, necesidad y procedimiento metodológico*. Obtenido de http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/923/7/TFG_GalianoCarrion%2CRaul.pdf
- García, J. (31 de Enero de 2013). *DerechoEcuador.com*. Obtenido de ANÁLISIS SOCIOLÓGICO Y JURÍDICO SOBRE EL BULLYING O ACOSO ESCOLAR: <https://www.derechoecuador.com/analisis-sociologico-y-juridico-sobre-el-bullying>
- Gomez, F. (2016). La Comunicación. *Salus [online]. vol.20, n.3 [citado 2021-08-30], pp. 5-6* . Obtenido de Disponible en: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es&nrm=iso. ISSN 1316-7138.
- González, R. (2011). *Definiciones de vulnerabilidad educativa*. Obtenido de <http://abc.gov.ar/planeamiento/sites/default/files/definiciones-de-vulnerabilidad.pdf>

- Greene, C. (2002). *Elementos de la comunicación*. Obtenido de <https://www.conalep.edu.mx/UODDF/Planteles/venustiano-carranza-l/docentes/PublishingImages/MATERIAL/ASDI/1erSemestre/Comunicaci%C3%B3n%20para%20la%20interaci%C3%B3n%20social/ELEMENTOS%20DE%20LA%20COMUNICACI%C3%93N.pdf>
- Guanipa, M. (2012). *ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN QUE ORIENTAN EL DISCURSO*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752945003.pdf>
- Hernandez, R. (Octubre de 2017). *Impacto de las TIC en la educación: Retos y Perspectivas*. doi:<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n1.149>
- Herranz, J. (2007). *La gestión de la comunicación en las organizaciones no lucrativas como estrategia para normalizar la discapacidad y el ocio*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/28195680_La_gestion_de_la_comunicacion_en_las_organizaciones_no_lucrativas_como_estrategia_para_normalizar_la_discapacidad_y_el_ocio
- Herrera, P. (2009). *Proceso de comunicación*. Obtenido de <https://www.pymesyautonomos.com/management/que-es-un-proceso#:~:text=m.,aportar%20valor%20en%20cada%20etapa>.
- Ibarra, D. (2015). *Tipos de investigación: Exploratoria, Descriptiva, Explicativa, Correlacional*. Obtenido de <http://metodologadelainvestigaciinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- Jan, C. (30 de Abril de 2019). *ACOSO ESCOLAR*. Obtenido de Educación detecta 5.557 posibles casos de acoso escolar en un año: https://elpais.com/sociedad/2019/04/30/actualidad/1556609306_685394.html

Jiménez, A. (2007). *LA COMUNICACION EMPRESARIAL EN SITUACIONES DE CRISIS*. Obtenido de CASO LA FONTANEDA: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4142/aej1de1.pdf>

Jimenez, F., Cisterna, C., & Chavez, J. (2018). *LA VULNERABILIDAD ESCOLAR COMO MITO: DESAFÍOS PARA EL TRABAJO*. Obtenido de <file:///C:/Users/ANDRES/Downloads/342530-494408-1-PB.pdf>

LA VANGUARDIA. (27 de Octubre de 2016). *Las consecuencias del 'Bullying'*. Obtenido de El 70 % de los niños que sufre acoso escolar desarrolla un trastorno mental: <https://www.lavanguardia.com/sucesos/20161027/411376322723/70-ninos-sufre-acoso-escolar-desarrolla-transtorno-mental.html>

Laswell, H. (1948). *Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. Obtenido de <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/laswell.pdf>

Leuthesser, L., & Kholi, C. (1997). Corporate Identity: the Role of Mission Statements. *Business Horizons*, 40(3), 59-66.

Lopez. (2013). Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27115/1/FJCS-TS-241.pdf>

Luna, V. (2014). *GESTIÓN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS: una necesidad integrada a la estrategia de comunicación del Ministerio de Educación*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5010/1/T-UCE-0009-299.pdf>

Maquilón, S. J. (S/d de S/m de 2011). <https://dialnet.unirioja.es>. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es>: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3678771>

Marqués, P. (2012). *IMPACTO DE LAS TIC EN LA EDUCACIÓN: FUNCIONES Y LIMITACIONES*. Obtenido de Revista de investigación: Editada por Área de

- Innovación y Desarrollo, S.L.: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2013/01/impacto-de-las-tic.pdf>
- Márquez, J. (2016). *LOS NEXOS COMUNICATIVOS. ASPECTOS TEÓRICOS*. Obtenido de <https://rieoei.org/historico/deloslectores/850Marquez.pdf>
- Martínez, A. (2012). *MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS*. Obtenido de https://www.academia.edu/6108449/MANUAL_DE_COMUNICACION_PARA_ESTUDIANTES_UNIVERSITARIOS
- Martínez, M. (2012). *PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN*. Obtenido de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicacionMMartinez_M.pdf
- Ministerio de Educación . (22 de Agosto de 2017). *Ministerio de Educación* . Obtenido de Más unidos más protegidos: http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view-tv-release/news/el_sistema_de_naciones_unidas_y_el_ministerio_de_educacion/
- Morales, C. (2012). *MENORES, JÓVENES, EDUCACIÓN, DROGAS Y JUSTICIA*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3221/322127624001.pdf>
- Organización Panamericana de la Salud. (2021). *Guía para elaborar una estrategia de comunicación de riesgos*. Obtenido de https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53259/OPSIMSFPLCOVID-19210009_spa.pdf?sequence=5
- Ortiz, J. (2021). *Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/>
- Osorio, H. (2004). *La influencia de los medios de comunicación en el proceso de aprendizaje*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15802228.pdf>

- Osorio, M. (Septiembre de 2016). *Alternativas para nuevas prácticas educativas Libro 3. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC): Avances, retos y desafíos en la transformación educativa*. Obtenido de <https://www.transformacion-educativa.com/attachments/article/137/Libro%2003%20-%20Las%20tecnolog%C3%ADas%20de%20la%20informaci%C3%B3n%20y%20la%20comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Papic, G. (2016). *La Comunicación Organizacional en Entidades*. Obtenido de https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/12060/TD_PAPIC_DOMINGUEZ_Gabriela_Katia.pdf?sequence=1
- Pavio, A. y Begg I. (1981). *Psychology of language*. New Jersey: Prentice-Hall. Obtenido de <https://psycnet.apa.org/record/2007-04114-001>
- Peiró, J., & Bresó, I. (2012). *La comunicación en las organizaciones: Una aproximación desde el modelo de análisis multifacético*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1471/147125259003.pdf>
- Pérez, S. (2010). "LA IMPORTANCIA DE LAS TICS EN LA ESCUELA". Obtenido de *Nuevas Tecnologías en Educación Infantil*. Rincón del: <https://www.feandalucia.ccoo.es/andalucia/docu/p5sd7083.pdf>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Casacay. (2015). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760029830001_PDOT%20DEFINITIVO%20CASACAY%20-%202015_29-10-2015_19-29-40.pdf
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2014). *DEFINICION DE COMUNICACION*. Obtenido de <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>

- Rios, I. (s.f.). EL LENGUAJE: HERRAMIENTA DE RECONSTRUCCIÓN DEL PENSAMIENTO. *RAZÓN Y PALABRA*. Obtenido de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/27_Rios_72.pdf
- Rodríguez, D., & Muñiz, T. (2010). Comunicación institucional en el sector turístico en situaciones de crisis: estrategia de las Destination Management Organization (DMO) ante las mareas negras. *Revista de Comunicación*, 1-19. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=92c25f5d-f7b2-4253-bee3-a5dda0de5889%40pdc-v-sessmgr06>
- Román, M. (Julio de 2001). *Revista latina de comunicación social*. Obtenido de Aspectos metodológicos de la historia de la comunicación : <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=d5a9563a-36a7-4f17-9e01-9e6b576189fb%40pdc-v-sessmgr06>
- Ruiz, L., Macias, S., Servin, J., & Yáñez, A. (2017). *Importancia de la comunicación interna y su incidencia en el logro de los objetivos institucionales en el entorno educativo (Caso de estudio múltiple)*. Obtenido de Vol.3 No.8 42-54: https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Docencia_e_Investigacion_Educativa/vol3num8/Revista_de_Docencia_e_Investigacion_Educativa_V3_N8_5.pdf
- Ruiz, N. (2011). *La definición y medición de la vulnerabilidad social. Un enfoque normativo*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112012000100006
- Santa Palella y Feliberto Martins. (2010). *Metodología de la investigación cualitativa*. Caracas; Venezuela:: Salesiana.
- Santos, D. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf

- Saura, P., & García, F. (03 de Marzo de 2010). *REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS*. Obtenido de LA COMUNICACIÓN DE CRISIS COMO ELEMENTO CLAVE DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwig1PvAil_pAhVChEAKHbSrA_oQFjABegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fdi. alnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3301612.pdf&usg=AOvVaw3QMA4ivld4MKB_nKQlaaZr
- Silva, M., & Loreto, L. (2015). *Opiniones de profesionales de la salud sobre el embarazo en la adolescencia*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-69242014000300008
- Simón, F. (2016). *La comunicacion*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002
- Sosa, J., & Arcilla, C. (2014). Obtenido de <https://books.google.co.ve/books?id=LrFCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Modelo+de+Comunicaci%C3%B3n+Shannon+y+Weaver+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwuij5a94JjpAhUhnUAKHHTHZDUgQ6AEILjAB#v=onepage&q&f=false>
- Trujillo, M. (2015). *El embarazo precoz: no querido pero deseado*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/317353006_El_embarazo_precoz_no_querido_pero_deseado
- UNESCO. (2008). *Las TIC en la educación*. Obtenido de UNESCO Digital Library: <https://es.unesco.org/themes/tic-educacion>
- UNESCO. (2013). *Enfoque estratégico sobre tics en educación en américa latina y el caribe*. Obtenido de

http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/images/ticse_sp.pdf

UNICEF . (2015). *Bullying y violencia*. Obtenido de https://www.aeped.es/sites/default/files/documentos/entrega3_bullying.pdf

Urra, M. (2017). *Bullying, acoso escolar*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/321210048_Bullying_acoso_escolar_Definicion_rol_prevalencia_y_propuestas_de_actuacion

Vallejo, C. (2001). *GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE CRISIS*. Obtenido de <http://www.rppnet.com.ar/gestiondelacomunicaciondecrisis.htm>

Vidales, C. (Enero de 2015). *Comunicacion y sociedad*. (M. Universidad de Guadalajara, Ed.) Recuperado el 20 de Marzo de 2020, de Historia, teoría e investigación de la comunicación: <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n23/n23a2.pdf>

Zapata, M. (2012). *Teorías y modelos sobre el aprendizaje en entornos*. Obtenido de Bases para un nuevo modelo teórico a partir de una visión crítica del “conectivismo”: http://eprints.rclis.org/17463/1/bases_teoricas.pdf