



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)**  
**DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN**  
**CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN:**  
**MENCIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROBLEMA:**

**INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSIÓN DE  
ACTIVIDADES CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE  
LOS RÍOS.**

**AUTOR:**

**KEVIN MOISÉS MESA RIVERA**

**TUTORA:**

**ING. CINDY GUIN FREIRE, MSC.**

**LECTOR:**

**LCDO. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL, MSC.**

**BABAHOYO – LOS RÍOS**

**2017**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va dedicado principalmente al todopoderoso por ser quien nos ha dado las fuerzas necesarias para avanzar en este largo camino dentro de este proceso.

Todo lo dedico especialmente en memoria de mi madre, María Esther Mesa Rivera, quien a pesar de no estar en este mundo terrenal me ha dado la motivación necesaria para avanzar y no desmayar. Mi mamá luchó hasta el final ante una terrible enfermedad y su ausencia se ha convertido en mi fortaleza ante las adversidades.

Al sacrificio de mi abuela, Isolina Rivera y Víctor Gutiérrez, personas sacrificadas que me han ayudado a lo largo de muchas etapas y en la cual hemos podido llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mis tías y hermanas (os) por estar siempre conmigo, por el apoyo y constancia en todo lo emprendido.

Kevin Moisés Mesa Rivera



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



## **AGRADECIMIENTO**

En esta página me gustaría expresar el agradecimiento de muchas personas que me han prestado su ayuda y conocimiento en este trabajo. Agradecer a mi familia en general que me ha dado la motivación necesaria durante este proceso.

Agradezco a mi tutora, Ing. Cindy Guin Freire, Msc. por su orientación y buena voluntad, gracias a sus consejos y correcciones hemos culminado este trabajo, así como a mi lector, Msc. Carlos Sánchez por el conocimiento adquirido en estos años.

Gracias a la Universidad Técnica de Babahoyo, por la oportunidad brindada.

Kevin Moisés Mesa Rivera



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



## **AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, **KEVIN MOISÉS MESA RIVERA**, portador de la cédula de ciudadanía **120755607-5** en calidad de autor del Examen Práctico de la modalidad de Examen Complexivo, previo a la Obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Educación Mención **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor del presente trabajo, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

*Kevin Mesa R.*

---

**KEVIN MOISÉS MESA RIVERA**  
**CL. 120755607-5**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL  
INFORME DEL ESTUDIO DE CASO  
CORRESPONDIENTE AL EXAMEN DE CARÁCTER  
COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

**Babahoyo, 15 de enero de 2018**

En mi calidad de Tutor de la parte práctica dimensión escrita de la modalidad de examen de grado de carácter complexivo, designado por el Consejo Directivo con oficio N° FCJSE-CS-ST-0221-01 con fecha 15 de enero del presente año en curso, mediante resolución N° CD-FAC-C.J.S.E-SO-011-RES-001-2017 certifico que el Sr. **KEVIN MOISÉS MESA RIVERA** ha desarrollado el Informe del estudio de caso correspondiente al examen de carácter complexivo titulado:

**INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSIÓN DE  
ACTIVIDADES CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE  
LOS RÍOS.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo de la parte práctica dimensión escrita de la modalidad de examen de grado de carácter complexivo y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

*Cindy Guin FREIRE*  
\_\_\_\_\_  
**ING. CINDY GUIN FREIRE, MSC.**  
**DOCENTE DE LA FCJSE.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL  
INFORME DEL ESTUDIO DE CASO  
CORRESPONDIENTE AL EXAMEN DE CARÁCTER  
COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

**Babahoyo, 17 de enero del 2018**

En mi calidad de lector de la parte práctica dimensión escrita de la modalidad de examen de grado de carácter Complexivo, designado por el Consejo Directivo con oficio N° FCJSE-CS-ST-0221-01 con fecha 17 de enero del presente año en curso, mediante resolución N° CD-FAC-C.J.S.E-SO-011-RES-001-2017 certifico que el Sr. **KEVIN MOISÉS MESA RIVERA** ha desarrollado el Informe del estudio de caso correspondiente al examen de carácter complexivo titulado:

**INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo de la parte práctica dimensión escrita de la modalidad de examen de grado de carácter complexivo y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

**LCDO. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL, MSC.**  
**DOCENTE DE LA FCJSE.**

## RESUMEN

En esta investigación se realizó con el objetivo de identificar cómo influyen las redes sociales, en la difusión de actividades culturales dentro del cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos. De acuerdo con los objetivos de la presente investigación, el diseño que se utilizó fue el cualitativo y cuantitativo. Se trabajó a través de una encuesta para medir de qué manera inciden las redes sociales en actividades culturales en la población. Con base al análisis de los resultados, se concluyó que las redes sociales no están siendo bien aprovechadas y no están captando la atención de las personas como se debe. Con este proyecto se busca servir como aporte cultural valioso para el cantón Babahoyo, de la manera en permitirá un mejor aprovechamiento de este recurso.

**Palabras claves:** Redes sociales, difusión de contenidos, actividades culturales.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DOCUMENTO PROBATORIO DE EXAMEN COMPLEXIVO, TITULADO: **INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSION DE ACTIVIDADES CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

**PRESENTADO POR EL SEÑOR: KEVIN MOISÉS MESA RIVERA**

**OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:**

Siete coma noventa y ocho (7,98)

**EQUIVALENTE A:**

**TRIBUNAL**

**Lcdo. Manuel Piedrahita, Msc**  
**DELEGADO DEL DECANO**

**Lcdo. Valentino Arguello Torres**  
**DELEGADO DEL COORDINADOR**

**Lcdo. Oscar Mora Muñoz, Msc.**  
**DELEGADO DEL CIDE**

**Ab. Isela Berr**  
**SECRETARIA GENERAL**  
**FF.CC.**





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON  
OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación del Sr. **KEVIN MOISÉS MESA RIVERA** cuyo tema es:

**INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[7%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

**URKUND**

Document	Proyecto_inform_arkund.docx (04955003)
Submitted	2016-07-28 14:28 (-05:00)
Submitted by	Cindy Guin Freire (cguin@uts.edu.ec)
Receiver	cguin.uts@enaylo.arkund.com

7% of this approx. 12 pages long document consists of text present in 3 sources.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

*Cindy Guin Freire*  
**ING. CINDY GUIN FREIRE, MSC.**  
**DOCENTE DE LA FCJSE**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



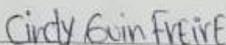
Ing. Cindy Guin Freire, tutora del proyecto de investigación, a petición de la parte interesada.

Certifico que el presente proyecto elaborado por el estudiante **KEVIN MOISÉS MESA RIVERA**, con el tema:

**INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

El mismo que fue revisado, asesorado y orientado en todo proceso de elaboración, además fue sometido al análisis del Software Anti plagio URKUND, cuyo resultado es de 7% de similitud, el cual se encuentra dentro de los parámetros establecidos por titulación por lo tanto considero apto para la aprobación respectiva.

Certificación que confiero para fines legales.

  
\_\_\_\_\_  
**ING. CINDY GUIN FREIRE, MSC.**  
**DOCENTE DE LA FCJSE.**  
**Tutora del Proyecto de Investigación**

## INDICE GENERAL

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I</b> .....	2
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	2
<b>1.1. CASO DE ESTUDIO</b> .....	2
<b>1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	2
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	2
<b>1.4. OBJETIVO</b> .....	3
<b>1.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	3
<b>1.6. HIPÓTESIS</b> .....	11
<b>1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	11
<b>CAPÍTULO II</b> .....	13
<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	13
<b>2.1. Desarrollo del caso</b> .....	13
<b>2.2. Situaciones detectadas</b> .....	13
<b>2.3. SOLUCIONES PLANTEADAS</b> .....	14
<b>2.4. CONCLUSIONES</b> .....	15
<b>2.5. RECOMENDACIONES</b> .....	16
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	17
<b>Anexos</b> .....	18

## ÍNDICE DE TABLA

<b>Tabla 3.</b> Manera de informarse de las actividades culturales. ....	4
<b>Tabla 4.</b> Personas que tienen red social. ....	5
<b>Tabla 5.</b> Red social más usada. ....	6
<b>Tabla 6.</b> Redes sociales con mayor difusión de actividades culturales. ....	7
<b>Tabla 7.</b> Frecuencia de difusión de actividades culturales. ....	8
<b>Tabla 8.</b> Frecuencia de asistencia. ....	9

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 3.</b> Manera de informarse de las actividades culturales. ....	4
<b>Ilustración 4.</b> Personas que tienen red social. ....	5
<b>Ilustración 5.</b> Red social más usada. ....	6
<b>Ilustración 6.</b> Redes sociales con mayor difusión de actividades culturales. ....	7
<b>Ilustración 7.</b> Frecuencia de difusión de actividades culturales. ....	8
<b>Ilustración 8.</b> Frecuencia de asistencia. ....	9

# 1. INTRODUCCIÓN

La comunicación en cuanto a redes sociales, se ha transformado en un instrumento que observa a la comunicación tradicional en cuanto a la capacidad de generar celeridad en la difusión del mensaje y un mayor alcance de recepción logrando muchas veces la transnacionalización de la información. Así lo menciona Orihuela (2002) quien expresa que “La tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, animaciones) en un mismo soporte” (p.11).

Debido a esto, la presencia de las nuevas tecnologías de comunicación, son más comunes en los medios de comunicaciones clásicos (televisión, radio, periódicos, etc.) que se ven obligadas a erosionar por las redes sociales no tan solo por su inminente acceso, sino también por el desafío que representan otras fuentes informativas con la carencia de credibilidad y criterios profesionales.

Es necesario, conocer como adoptan los habitantes del cantón Babahoyo, las redes sociales como un nuevo escenario de comunicación frente al desarrollo tecnológico y de qué manera origina convergencia o divergencia en la difusión de mensaje que se comunica.

Por lo tanto, a través de este estudio se pretende diagnosticar de qué manera incide las redes sociales en los habitantes cantón Babahoyo de la Provincia de Los Ríos, con respecto a la difusión de las actividades culturales, con el objetivo de mostrar lineamientos que propagan recomendaciones que impulsen el desarrollo cultural local, a través del aprovechamiento de las redes sociales.

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO METODOLÓGICO**

### **1.1. CASO DE ESTUDIO**

Incidencia de las redes sociales en la difusión de actividades culturales del cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos.

### **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Cómo inciden las redes sociales en la difusión de actividades culturales en los habitantes del cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

Actualmente las redes sociales se han ido transformando, teniendo un gran alcance en los usuarios, lo que las ha convertido en una gran herramienta de la comunicación, que permiten un mejor flujo de información.

Sin embargo, esta información muchas veces no es verídica o sus fuentes no son confiables, por lo tanto, es importante que el uso de las redes sociales con respecto a la difusión de información tenga verosimilitud e influya de manera positiva. Por ende, es importante estudiar y analizar la influencia que las redes sociales inducen en sus usuarios.

Este proyecto busca ser un aporte cultural valioso para el cantón Babahoyo, de la manera en permitirá conocer las incidencias de las redes sociales en la difusión de actividades culturales, los resultados de este estudio servirán como una base de estudio que permitirá conocer e identificar de qué manera influye la difusión a través de las redes sociales para un mejor aprovechamiento de este recurso.

## **1.4. OBJETIVO**

Conocer de qué manera las redes sociales incide en la difusión de actividades culturales en los habitantes del cantón Babahoyo.

## **1.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **La comunicación**

Pese a que la comunicación siempre está entre las personas, su organización implica saldos positivos para una mayor recepción de la información y por ende retroalimentación, según Lara (2012) denomina que:

La comunicación es una herramienta estratégica en la gestión de cualquier organización, pero cuando se trata de entidades en las que se conjuga la acción social y la eficiencia en procesos que tienen como fin último las personas, la trascendencia de una adecuada gestión de la comunicación adquiere, si cabe, una magnitud aún mayor (p.21).

Por otro lado, es importante que el intercambio de mensajes, en especial experiencias, crean entre personas una empatía que se traduce en una mejora de la comunicación. Para Fonseca (2000) comunicar es:

Llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes (p.4).

Desde la llegada del internet la comunicación ha estado en constante transformación, convirtiéndose en una herramienta muy importante para la comunicación ya que influye sobre casi todos los ámbitos de la sociedad., según Ruiz & Jiménez (2018) menciona que:

Ante la evolución que internet está causando en la población en especial el público joven, se ha creado la necesidad de interactuar no físicamente ahora apoyados de las nacientes redes sociales, dando vida a la comunidad virtual local y global, mismas que están demandando transparencia en la manera en la cual se maneja la información dan prioridad a que esta sea o no la verdad absoluta para la audiencia.

Si bien es cierto las redes sociales han sido objeto de críticas, de igual forma ha ayudado para que la comunicación escrita sea utilizada a pesar de esta era digital. Para Slotnisky (2015) “Hoy buena parte de la comunicación entre personas fluye a través de la comunicación escrita en un medio digital, ya sea mediante Twitter, email, chat o Facebook, por nombrar solo algunos medios” (p. 8).

## **TIPOS DE COMUNICACIÓN**

Para saber bien qué tipo de comunicación se usa en una estructura, debemos tener definido que se divide entre formal e informal, según Robbins & Coulter (2005) “La comunicación en una organización se describe con frecuencias como formal o informal”.

### **La comunicación informal**

En base a lo que se conoce, la informalidad de tanto un mensaje como canal, tiene como destacable su rápida retroalimentación, aunque esto no necesariamente ayude a una excelente comunicación, debido a su naturaleza, es algo que sostiene Vértice (2008) “La comunicación informal surge de la interacción social, siendo por ello, tan variable, dinámica e inconstante como las personas”.

## La comunicación formal

Debido a su rigidez por motivos de su claridad y prolijidad, la comunicación formal tiene un efecto claro tanto como los emisores como los receptores, como lo afirma Lucas Marín (1997) menciona que:

La comunicación formal trasmite mensajes reconocidos, de forma explícita, como oficiales por la organización y está “perfectamente definida, ya que es la que sigue las líneas del organigrama, que nos da una visión clara de los canales de traslado de información planteada para la organización

## ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

El implementar nuevos elementos de comunicación que se suman a los tradicionales, es lo que podemos observar en los estudios, así de Castro define la comunicación se la siguiente manera:

- **Comunicación descendente:** de la dirección o gerencia hacia el personal. Generalmente la constituyen comunicaciones institucionales de la empresa como normas, procedimientos, reglamentos, etc., pero en muchas ocasiones son inadecuadas, hasta el punto que se tiene como lugar común en las empresas la expresión de los empleados “los de arriba no tienen ni idea de lo que sucede aquí abajo”.
- **Comunicación ascendente:** del personal hacia la dirección, gerencia o presidencia de la empresa. Esta es fundamental, pues les da a las directivas de la empresa una visión del clima laboral existente, que puede ayudar a aclarar malos entendidos, rumores o incomunicaciones. Entre los medios más conocidos están el buzón de sugerencias (siempre tan mencionado, pero ampliamente subvalorado) y los procesos de apelación.

- **Comunicación horizontal:** entre el personal de igual jerarquía o pares. Esta es necesaria para la buena coordinación e integración de los departamentos de las empresas y las funciones que desempeñan dentro de su engranaje. Se hace absolutamente necesaria para no repetir funciones ni malgastar tiempo y dinero en repetición de procesos administrativos.
- **Comunicación diagonal:** entre miembros de departamentos diferentes que se cruzan, no necesariamente cubriendo la línea de forma estricta; por ejemplo, contraloría solicita –urgente- a la gerencia de recursos humanos la nómina se hace llegar de forma directa. (de Castro, 2014)

## **LAS REDES SOCIALES.**

Es importante conocer que son las redes sociales y su influencia dentro de esta investigación, debido a que esta influye sobre casi todos los ámbitos de la sociedad. En el entorno social las personas interactúan basándose en cierto interés en común, como explica Facchin (2018):

Las redes sociales son aquellos medios de información en la que se intercambia datos entre usuarios, compartiendo e interactuando a través de contenidos con diferentes personas a través de la misma.

La principal plataforma digital que usan los ecuatorianos es Facebook, según los datos relacionados con varios sitios de información.

En cuanto al uso de redes sociales, Facebook mantiene un margen absoluto con los más de 11 millones de usuarios registrados en Ecuador, generando un promedio de 6,4 millones, que generalmente se activan y acceden a la red, seguido de Instagram que al ser una red social de bastante interacción a través de fotografías son usadas por los dispositivos móviles, también consta LinkedIn y Twitter.

## **Facebook**

Saber especificar cuáles son usuarios y cuáles seguidores en Facebook, ha sido uno de los principales resultados obtenidos en dicha red con las apariciones de empresas y admite la presencia de empresas y organizaciones, sin embargo el objetivo de la presencia de ellas en la red social está enfocado a una comunicación con los usuarios y seguidores”.

## **Instagram**

El tráfico diario de imágenes se debe, en buena parte por Instagram, la cual implantó la comunicación por medio de imágenes como una manera para interactuar en la web. A juicio de Goetz (2016) explica que “ En Instagram las imágenes cobran especial importancia. Su origen fue como una aplicación de teléfonos inteligentes (smartphones), lo que originó que su uso a nivel mundial haya vuelto muy popular el fenómeno de los selfies (autorretratos digitales)”.

## **LinkedIn**

Una herramienta usada para buscar trabajo en esta era digital es LinkedIn, la cual categoriza las necesidades que tenemos en torno al campo laboral, según Alcazar Ponce (2014) “la principal red social centrada en búsqueda de empleo, contactos profesionales, grupos de discusión de temas empresariales, negocios e industriales”.

## Twitter

Dentro de Twitter podemos observar que es una red social que ha impuesto a sus usuarios formas de manejar la información, como es el uso de etiquetas, crear tendencias, entre otras cosas. Desde la perspectiva de Goez (2016) menciona que:

Twitter fue el creador de los hashtags, términos acompañados de un signo de numeral (#) bajo los que se puede seguir tendencias, hilos de conversación o sucesos que están siendo comentados por muchos usuarios, lo que ha dado lugar a los trending topics.

Es importante conocer el impacto, que esta puede ocasionar en las personas las redes sociales. En la actualidad, el consumidor mediático está tomando mucha más relevancia a las generaciones que lo antecedieron debido a que es diestro con los elementos tecnológicos que ahora se usan, tales como las redes sociales. Igarza (2011) menciona que:

A la elevada tasa de penetración de los móviles en general y a la creciente tasa de penetración de los móviles con acceso a Internet se le suma una abundante generación digital cuyos comportamientos difieren, al menos en parte, de las formas de relacionarse con el sistema cultural mediático respecto de las generaciones anteriores.

Es así, que la evolución de la forma de comunicarnos se encuentran las redes sociales, para entretener e informar, así lo ve desde su punto de vista de Campos Freire (2008) agrega que “Las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro”.

Las redes sociales crearon nuevos actores informativos, quienes comparten la misma notoriedad junto con los periodistas, debido al tráfico noticioso (no siempre comprobado) en las mencionadas redes, como lo comenta Pérez-Sole (2018):

La verdadera revolución en el ámbito del periodismo digital no llega con la aparición de internet, sino con la de las redes sociales, que alteran los hábitos de consumo y las relaciones entre personas, al tiempo que certifican la defunción de los periodistas como actores únicos en el proceso de elaborar y distribuir noticias.

Por ende, la influencia de las redes sociales a través de diferentes opiniones de autores, intentan descifrar este reto tecnológico como intenta explicar Gandasegui (2011), quien denomina que:

La paulatina aparición de la tecnología digital, Internet y las web 2.0 en las sociedades occidentales ha influido, de forma determinante, en la denominada Sociedad de la Información y ha modificado la manera en la que se configuran las redes sociales, especialmente aquellas que operan en el ciberespacio (p. 4).

Asimismo, como consecuencia de las redes sociales, tenemos la globalización que ha servido para fomentar la interacción de personas de todo el mundo y muchas veces sin previa relación amistosa, así mismo García, Hurtado, & Fernández (2014) mencionan que “Las tecnologías digitales han facilitado que usuarios de todo el mundo puedan relacionarse y compartir opiniones y experiencias; los internautas tienen identidad virtual, que desarrollan a través del conjunto de plataformas que suponen los «social media»”

Por otro lado, la masificación de la información a través de las redes sociales, ha cambiado el comportamiento a la sociedad en sí, puesto que determinan muchas veces en las cosas que se decide. Por otra parte, Martínez (2013) expresa que “Las nuevas tecnologías sociales llevan consigo nuevas formas de interacción social que influye cada vez más en las decisiones” (p.15).

## **LAS ACTIVIDADES CULTURALES**

Las actividades culturales son importantes para el crecimiento personal, la autorrealización y la apertura a nuevas dimensiones de la vida. Desde la perspectiva de Cuevas (2014) considera que “Estas actividades poseen una base cultural del lugar en el que se encuentra el establecimiento turístico, pero también cuentan con un enfoque lúdico muy importante que es el que más llama la atención a los participantes”

Junto a la economía se encuentra el material cultural, debido a que estos elementos determinan el sitio donde se encuentra una persona inmiscuida en una sociedad. Al respecto, Bourdieu y Saint Martin (1998) señala que “El capital cultural está relacionado con el capital económico y juntos determinan el espacio donde está inserto el individuo en una sociedad”

Basándonos en los criterios de diferentes autores es importante estas actividades culturales, debido a que favorecerá el conocimiento de nuestro entorno y mejora la calidad de vida, además de generar un capital económico.

## **Difusión de contenidos**

La difusión de contenidos surge desde la necesidad del hombre, de dar a conocer un mensaje de una manera estructurada. Con la finalidad debe evaluar cuál es el contenido y la técnica adecuada para que el mensaje cumpla con su objetivo a cabalidad, Así Guerson (1982) menciona que:

El análisis de contenido es una técnica que permite a través del desglose de los mensajes de comunicación y con base en una teoría dada— hacer inferencias del mensaje, del emisor, del destino y de los canales dentro del marco de una investigación científica.

Luego de realizar la planificación y determinar la perspectiva que se le quiere dar, hay que identificar el contenido según sea el medio de comunicación y su influencia, actualmente en las redes existes diversos contenidos, sin embargo, el autor Ruiz menciona en su blog que existen tres tipos de contenidos más importantes los medios actuales, tales como:

- **El contenido como producto.** En cuanto a los segmentos que generamos en un artículo de nuestra web, o en la plataforma de YouTube. Los resultados se ven plasmados en aquellos redactores o editores.
- **El contenido como proceso.** De una manera fácil de entenderla son procesos que intervienen con diferentes factores en la realización de contenidos para su

posicionamiento en los principales buscadores de internet y difundirse en otras plataformas, adecuando una estrategia principal para estos materiales digitales.

– **El contenido como cultura.** Tienen una mayor visión en cuanto a temas culturales. Hay que tener conocimiento que los diferentes contenidos relacionados con estas actividades tienen un giro diferente en la red. La herramienta de Facebook es un claro modelo. Enfocándonos en esta empresa podemos visualizar los contenidos y su mayor difusión, a través de una manera didáctica en sus usuarios.

## **1.6. HIPÓTESIS**

El análisis de las redes sociales en temas de difusión de actividades culturales determinará el alcance de estos contenidos dentro del cantón Babahoyo.

### **Variables**

#### **Variable Independiente**

- Redes Sociales

#### **Variable Dependiente**

- Difusión de actividades culturales

## **1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La metodología aplicada dentro de la investigación es cualitativa y cuantitativa, a través del método inductivo que lo usaremos para observar y conocer de qué manera influye las redes sociales en la difusión de actividades culturales del cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos, mientras que el método deductivo permitirá identificarlas.

### **Tipo de investigación a aplicarse**

#### **Investigación Diagnóstica**

Por medio de la investigación diagnóstica se busca determinar de qué manera inciden las redes sociales en la difusión de actividades culturales dentro del cantón Babahoyo.

#### **Investigación Exploratoria**

La investigación será exploratoria ya que permitirá el acercamiento al problema y a su vez identificarlo para establecer y concretar los objetivos planteados.

#### **Investigación Descriptiva**

Por medio de esta investigación se determinará cuáles son las diferentes situaciones en que inciden en la difusión de las actividades culturales a través de redes sociales en el cantón Babahoyo.

## **CAPÍTULO II**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. Desarrollo del caso**

La investigación se realizó mediante las técnicas de observación directa y encuestas, en donde se logró la recopilación de datos relevantes que fueron representados a través de datos estadísticos que nos permitieron determinar las situaciones en que influyen las redes sociales en torno a la difusión de actividades culturales.

#### **2.2. Situaciones detectadas**

El diagnóstico de la observación y los resultados de las encuestas realizadas a una muestra de los habitantes del cantón Babahoyo, entorno a la influencia de las redes sociales en la difusión de actividades culturales, nos arrojaron las siguientes situaciones:

Dentro del estudio de este caso se ha detectado que el 59% de personas mencionan que las redes sociales más utilizadas para difundir actividades culturales dentro del cantón Babahoyo es Facebook. Sin embargo, un 17% se entera de estas actividades culturales a través de medios de comunicación tradicional.

Así mismo, se ha revelado que el 74% de las personas indican, que la red social que más eventos culturales difunde dentro del cantón es Facebook, mientras que un 25% revelan que también se lo hace por Instagram.

A pesar que las redes sociales son las más utilizadas, se detectó que los contenidos que abarcan actividades culturales son muy escasos, lo que conlleva a que no influya con mayor frecuencia. Esto se debe a que los contenidos más difundidos y con más interacción son de carácter informativo ya que capta un mayor interés por sus enunciados.

Otra de las situaciones detectadas es que la población que siente un cierto interés por estas actividades difundidas en redes sociales, muy pocas veces acude a un evento como tal, porque no se sienten del todo atraídas con estas actividades.

### **2.3. SOLUCIONES PLANTEADAS**

De acuerdo a cada situación detectada en este caso de estudio, se han planteado las siguientes soluciones para reforzar la difusión de las actividades culturales en redes sociales dentro del cantón Babahoyo, Los Ríos.

Las redes sociales son consideradas un canal directo de comunicación, sin embargo es el usuario quien elige que contenidos ver o seguir. Es por eso que es importante implementar estrategias que capten el interés, en este estudio se ha detectado que la red social más usada por los usuarios es Facebook y asimismo elegida para difundir actividades culturales, es por eso que se debe aprovechar.

Se debe obtener auspiciantes con el fin de generar redes de apoyo que acojan la información y la difunden a través de sus redes.

Generar el interés en las actividades culturales a través de contenidos más atractivo que capten la atención de las personas y logre la interacción.

Crear videos cortos que genere el poder de captación de la atención, de manera que sea mucho más fácil de compartir y virilizar.

Retransmitir el evento por streaming, esto hace que el público pueda interactuar de una manera directa y así convertirse en una comunicación interactiva y bidireccional.

## **2.4. CONCLUSIONES**

En el cantón Babahoyo, es evidente que la difusión de actividades culturales por medio de redes sociales no es del todo eficaz, puesto que no captan la atención de las personas como se debe.

Se constató que las personas interesadas en las actividades culturales tienen dificultad para informarse sobre las mismas, ya que la divulgación es escasa y/o deficiente.

Así mismo, no se pudo evidenciar que no cuentan con estrategias que incidan de manera positiva en el público

En este estudio se pudo constatar de forma general que la situación entorno a la difusión no es la correcta y que no se logra captar la atención del público evidenciando que no se aprovecha al máximo los recursos que dan las redes sociales mediante al acceso y alcance que este tiene.

## **2.5. RECOMENDACIONES**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación se establecen las siguientes recomendaciones;

- Se recomienda que las actividades culturales deben ser más atractivas entorno a la forma en que se las difunde con el fin de captar mayor el interés
- Crear una Fans pages de las actividades dentro del cantón Babahoyo para poder crear un canal de comunicación directo, tener un mejor control y retroalimentación de los habitantes.

Además, se recomienda que las autoridades locales presten más atención a la forma en que se difunden estas actividades, debido a que un buen mensaje y una buena difusión lograrán el enriquecimiento y desarrollo de la actividad turística dentro del Cantón. También es importante realizar vías alternas de comunicación para las actividades culturales del cantón.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bourdieu, P., & Saint Martín, M. (1998). Las categorías del juicio profesoral. *Propuesta Educativa*(19), 4-17.
- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*, 11(63).
- Cuevas Cuevas, L. (2014). *Talleres y actividades culturales con fines de animación turística y recreativa. AFDA0211*. Antequera: IC.
- de Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional. Técnicas y estrategias*. Universidad del Norte.
- Del Alcazar Ponce, J. (16 de 05 de 2014). *Ranking y Estadísticas Redes Sociales Ecuador*. Obtenido de <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/>
- Del Alcazar Ponce, J. (22 de Febrero de 2017). *Ranking Redes Sociales, Sitios Web y Aplicaciones Móviles Ecuador*. Obtenido de Formación Gerencial: <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
- Facchin, J. (14 de Enero de 2018). *Las Redes Sociales más importantes del Mundo “Lista actualizada al 2018”*. Obtenido de <https://josefacchin.com/lista-redes-sociales-mas-importantes-del-planeta/>
- Fonseca Yereña , M. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. Mexico : Pearson Educación.
- Gandasegui, V. (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. *Prisma Social: revista de investigación social*(6), 340-366.
- García Galera, M., Hurtado, H., & Fernández Muñoz, C. (2014). Jóvenes comprometidos en la Red: el papel de las redes sociales en la participación social activa. *Comunicar*, 35-43.
- Goez, D. (17 de Agosto de 2016). *Diferencias entre Facebook, Instagram y Twitter ¿Qué tipo de contenido es mejor para cada uno?* Obtenido de <https://www.juancmejia.com/y-bloggers-invitados/facebook-twitter-e-instagram-que-tipo-de-contenido-es-mejor-para-cada-uno/>
- Guerson, I. (1982). La prensa y el análisis de contenido.
- Igarza, R. (2011). Nuevas formas de consumo cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias. *Comunicação Mídia e Consumo*, 7(20), 59-90.
- Lara, M. B. (2012). *La gestión de la comunicación en el Tercer Sector: cómo mejorar la imagen de las ONG*. Madrid: Esic Editorial.
- Lucas Marín , A. (1997). *La comunicacion en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Bosh Casa Editorial, S.A.

- Martínez de Velasco , & Nosnik , A. (1988). *Comunicación organizacional práctica*. Mexico: Trillas.
- Martínez, A. (2013). *Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales online*. Editorial Club Universitario.
- Orihuela, J. (2002). Internet: nuevos paradigmas de la comunicación.
- Pérez-Soler, S. (2018). *Periodismo y redes sociales: Claves para la gestión de contenidos digitales*. Barcelona: UOC.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). *Administración*.
- RUIZ, A. (s.f.). *¿Qué tipos de contenidos existen?* Obtenido de <http://www.postgradomarketingonline.com/blog/que-tipos-de-contenidos-existen/>
- Ruiz, E., & Jiménez, A. (2018). LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA. EL USO DEL SNAPCHAT. *Revista STATUS*, 12(3).
- Slotnisky , D. (28 de Mayo de 2015). Cómo influyen las nuevas tecnologías en la. *La Nación*. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/1795183-como-influyen-las-nuevas-tecnologias-en-la-escritura>
- Vértice, E. (2008). *Comunicación interna* . España: Málaga Vértice.

**ANEXOS**

## **Anexo I.** Recolección de la información y el ordenamiento de datos

### **Población y Muestra De Investigación**

#### **Población**

En esta investigación se adoptará como elemento la población del cantón Babahoyo, Provincia Los Ríos, que corresponde a una población de 153.776 habitantes, según el último censo poblacional realizado en el año 2010 por el Instituto nacional de Estadística y Censo (INEC).

#### **Muestra**

Para realizar el cálculo de la muestra utilizaremos la fórmula de la muestra finita, en donde por defecto se trabaja con un nivel de confianza de 92% con un error de 8%

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{(n - 1) * E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{153.776 * 3,06^2 * 0,25}{(153.776 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,25}$$

$$n = \frac{113.732,72}{1246,31}$$

$$n = 91 \text{ habitantes}$$

#### **DONDE:**

**N** = Tamaño de población

**Z** = nivel de confianza

**p** = Proporción de la población

**q** = Probabilidad en contra

**e** = nivel de error

**n**= tamaño de la muestra

**Anexo 2.** Encuesta realizada en el cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**



**1. ¿Cómo se informa de las actividades culturales dentro del cantón Babahoyo?**

- Televisión
- Radio
- Periódico
- Redes sociales

**2. ¿Usted tiene cuenta en una de las redes sociales que hay en internet?**

- SI     No

**3. ¿Cuál es la red social que más usa?**

- Facebook                       Instagram                       Twitter

**4. En cuál de estas redes social usted ha encontrado mayor difusión de eventos culturales desarrollados dentro del cantón**

- Facebook                       Instagram                       Twitter

**5. Con que frecuencia usted encuentra invitaciones a eventos culturales en las redes sociales**

- Siempre
- Muchas veces
- Ocasionalmente
- Nunca

**6. Con que frecuencia asiste a actividades culturales difundidas por redes sociales**

- Siempre
- Muchas veces
- Ocasionalmente
- Nunca

**Anexo 3.** Resultados de la investigación

## 1. ¿Cómo se informa de las actividades culturales dentro del cantón Babahoyo?

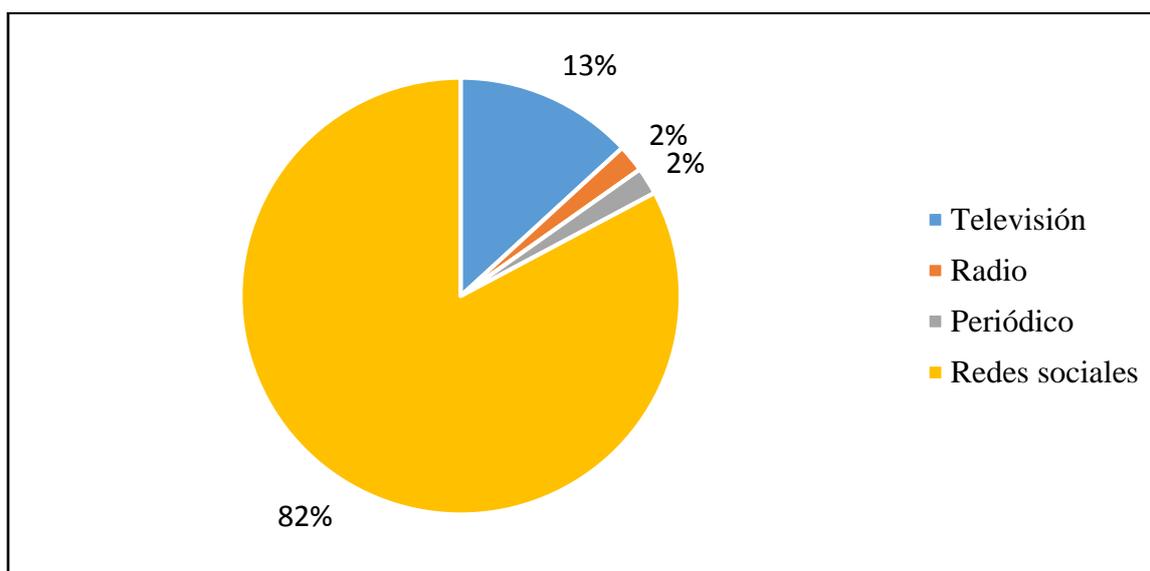
**Tabla 1.**

*Manera de informarse de las actividades culturales.*

Contenido	Número de personas encuestada	Porcentaje
Televisión	12	13%
Radio	2	2%
Periódico	2	2%
Redes sociales	75	82%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Kevin Mesa

Fuente: Encuesta de Campo



**Ilustración 1.** *Manera de informarse de las actividades culturales.*

Elaborado por Kevin Mesa

**Análisis e interpretación de resultados:** El 82% de los encuestados señalan que las redes sociales es el medio de comunicación en donde se enteran de las actividades culturales, mientras que el 3% menciona que se enteran por medio de la televisión, por otra parte, un 2% agregan que es por la radio, y por ultimo un 2% menciona es por el periódico.

## 2. ¿Usted tiene cuenta en una de las redes sociales que hay en internet?

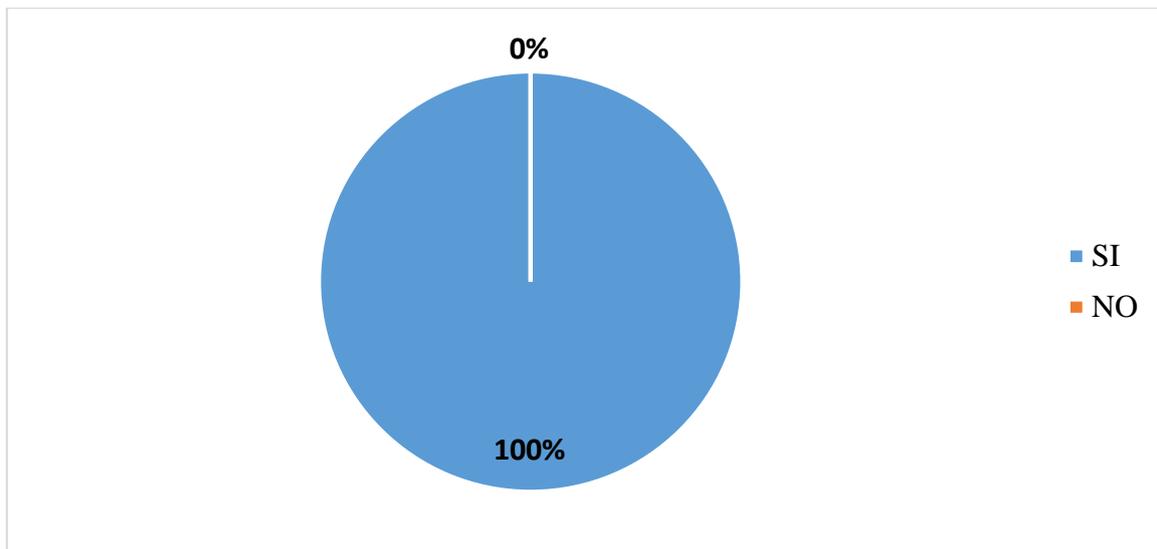
**Tabla 2.**

*Personas que tienen red social.*

Contenido	Número de personas encuestada	Porcentaje
Si	91	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Kevin Mesa

Fuente: Encuesta de Campo



**Ilustración 2.** *Personas que tienen red social.*

Elaborado por Kevin Mesa

**Análisis e interpretación de resultados:** El 100% de los encuestados manifiestan que poseen una cuenta en las plataformas sociales, demostrando así que las redes sociales tienen un gran impacto en la población.

### 3. ¿Cuál es la red social que más usa?

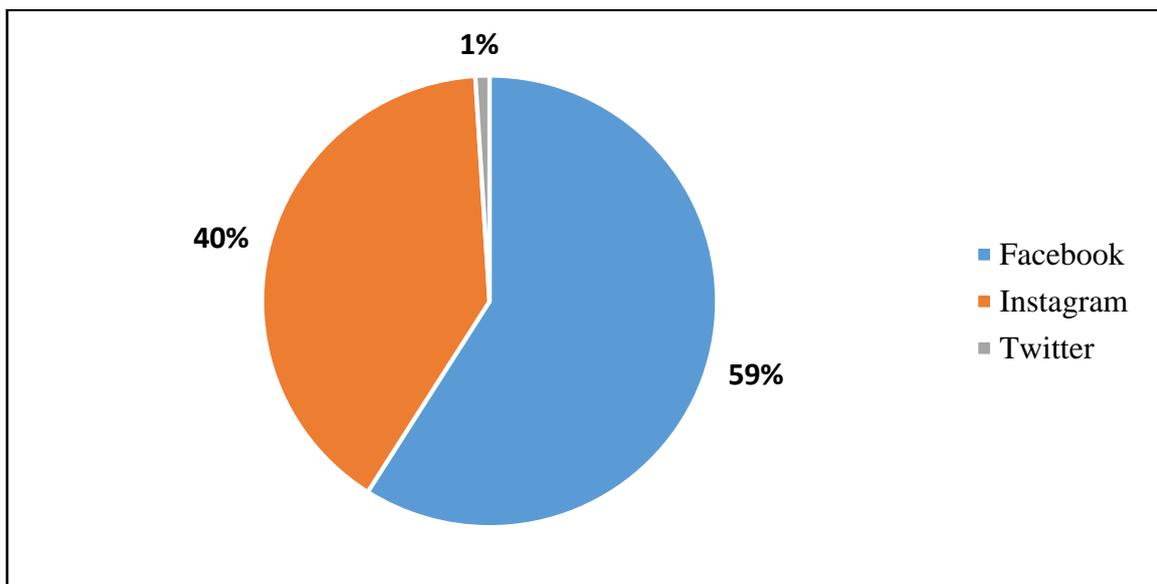
**Tabla 3.**

*Red social más usada.*

Descripción	Número de personas encuestada	Porcentaje
Facebook	54	59%
Instagram	36	40%
Twitter	1	1%
<b>Total</b>	<b>1535</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Kevin Mesa

Fuente: Encuesta de Campo



**Ilustración 3.** *Red social más usada.*

Elaborado por Kevin Mesa

**Análisis e interpretación de resultados:** Las redes sociales más usadas por las personas es Facebook con 59% de aceptación, mientras que Instagram mantiene un 40% y por último esta Twitter con el 1% de participación.

**4. En cuál de estas redes social usted ha encontrado mayor difusión de eventos culturales desarrollados dentro del cantón.**

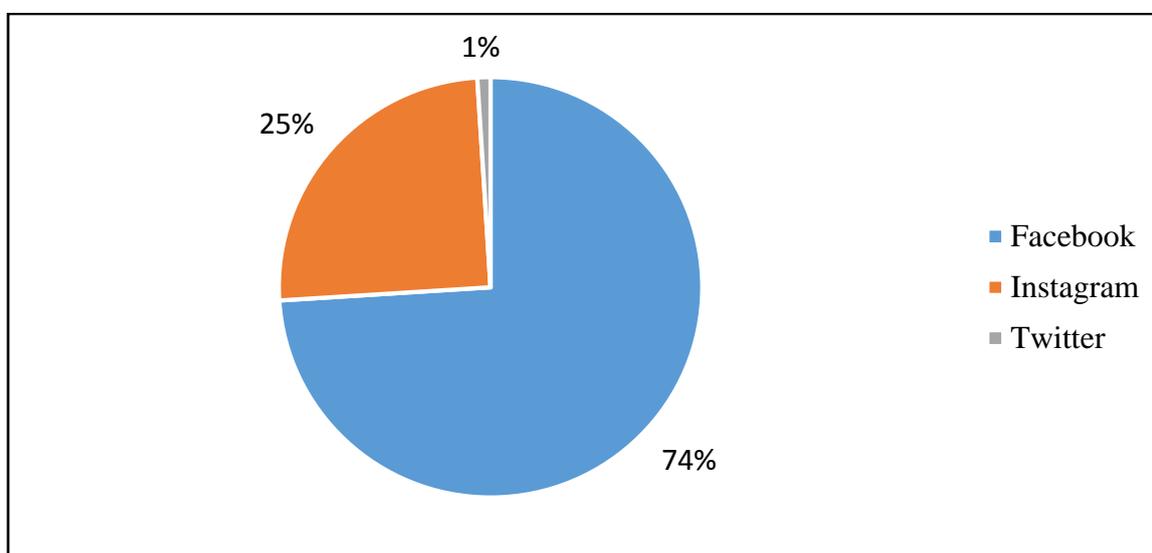
**Tabla 4.**

*Redes sociales con mayor difusión de actividades culturales.*

Descripción	Número de personas encuestada	Porcentaje
Facebook	67	74%
Instagram	23	25%
Twitter	1	1%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Kevin Mesa

Fuente: Encuesta de Campo



**Ilustración 4.** *Redes sociales con mayor difusión de actividades culturales.*

Elaborado por Kevin Mesa

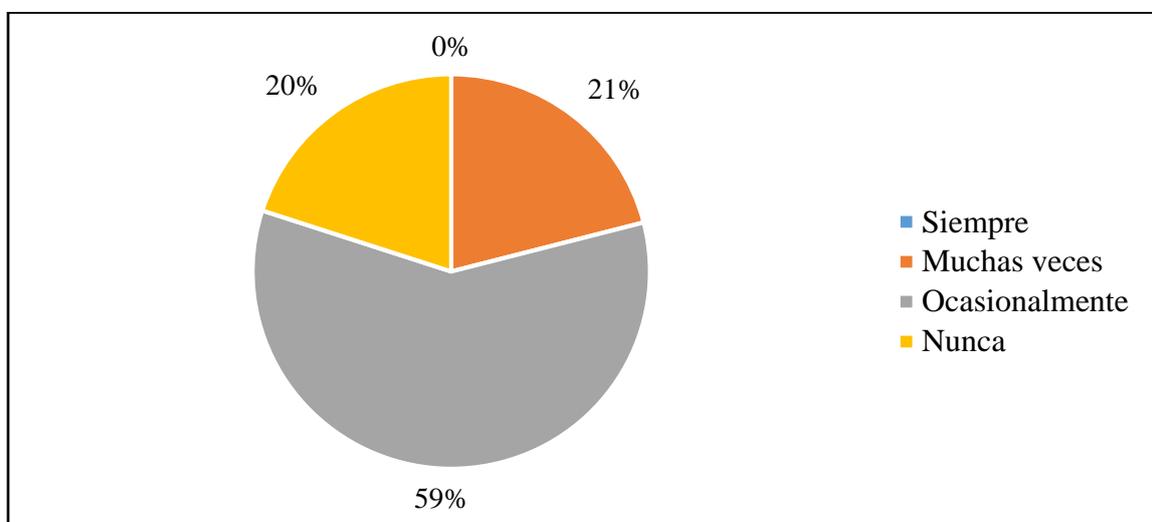
**Análisis e interpretación de resultados:** El 74% de los encuestados manifiestan que las redes sociales son el medio que mayor difusión de actividades culturales realiza, mientras que un 25% menciona que esto sucede a través de Instagram, por otro el 1% dice es por twitter

## 5. Con que frecuencia usted encuentra invitaciones a eventos culturales en las redes sociales

**Tabla 5.**  
*Frecuencia de difusión de actividades culturales.*

Descripción	Número de personas encuestada	Porcentaje
Siempre	0	0%
Muchas veces	19	21%
Ocasionalmente	54	59%
Nunca	18	20%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Kevin Mesa  
Fuente: Encuesta de Campo



**Ilustración 5.** *Frecuencia de difusión de actividades culturales.*

Elaborado por Kevin Mesa

### **Análisis e interpretación de resultados:**

El 59% de los encuestados manifiestan que la frecuencia de actividades culturales en Facebook es siempre, mientras que el 21% de las personas mencionan que muchas veces esto sucede, sin embargo 20% dice que este suceso ocurre nunca ocurre.

## 6. Con que frecuencia asiste a actividades culturales difundidas por redes sociales

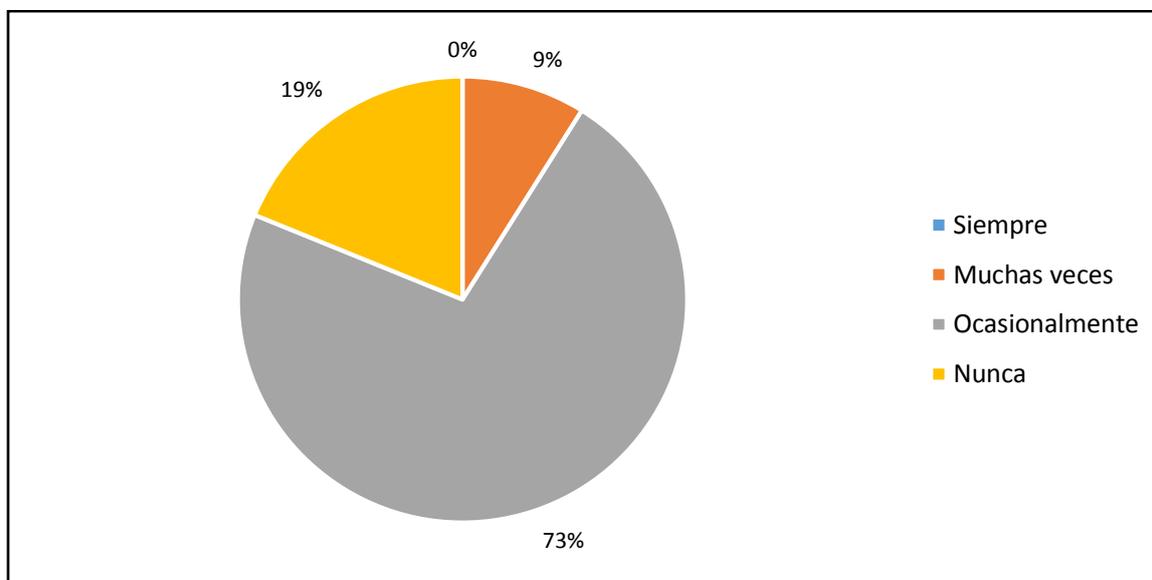
**Tabla 6.**

*Frecuencia de asistencia.*

Descripción	Número de personas encuestada	Porcentaje
Siempre	0	0%
Muchas veces	8	9%
Ocasionalmente	66	73%
Nunca	17	19%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Kevin Mesa

Fuente: Encuesta de Campo



**Ilustración 6.** *Frecuencia de asistencia.*

Elaborado por Kevin Mesa

**Análisis e interpretación de resultados:** 73 % de los encuestados menciona que asisten a las actividades culturales ocasionalmente, mientras que el 19% menciona nunca haber asistido, por otro lado un 9% manifiesta que muchas veces asiste.



***Ilustración 9.*** Revisión constante del proyecto junto a la tutora, ING. CINDY GUIN FREIRE, MSC. (Der)



***Ilustración 10.*** Lectura y revisión del proyecto junto al lector, LCDO. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL, MSC. (Der)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN SOCIAL



ANEXO 12 PEPI-CG-01

OFICIO DE DESIGNACIÓN DE DOCENTE TUTOR Y LECTOR DE LA PARTE  
PRACTICA DIMENSIÓN ESCRITA DE LA MODALIDAD DE EXAMEN DE GRADO  
DE CARACTER COMPLEXIVO

Oficio N°FCJSE-CS-ST-127-21  
Babahoyo, 22 de junio del 2018

Sr. Licenciado  
ING. CINDY GUIN FREIRE, MSC.  
LCDO. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL, MSc.  
DOCENTES DE LA CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL.

Presente.-

De mis consideraciones:

Dando cumplimiento por lo resuelto R. Consejo Directivo de esta Facultad en sesión ordinaria celebrada en **08 de junio del 2018**, mediante resolución N° CD- FAC.C.J.S.E-SO-006-RES-001-2018 se aprueba el tema de la parte práctica dimensión escrita de la modalidad de examen de grado de carácter complejo del Sr. (a)(ta) MESA RIVERA KEVIN MOISÉS, de la carrera Comunicación Social, con el tema, **INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS**, y se designa como tutor a **ING. CINDY GUIN FREIRE, MSC.**, y como lector al **LCDO. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL, MSc.**, para desarrollar la parte práctica dimensión escrita dña modalidad de examen de grado de carácter complejo.

Particular que comunico para tramites de ley pertinentes.  
Nota: Se adjunta copia de Resolución de Consejo Directivo.

Atentamente,

LCDO. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL, MSc.  
COORDINADOR DE LA CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL.

ELABORADO: Lcdo. Valentino Arguello Torres, MSc. COORD. UNIDAD DE TITULACIÓN C-5

25-06-18

10:25

