



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

Tema:

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PRÁCTICA ANCESTRAL
(KICHWA) EN NIÑOS DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA PARROQUIA SANTA
ROSA DEL CANTÓN AMBATO, PERIODO DICIEMBRE 2021 – MARZO 2022.**

AUTOR:

Vásconez Peñafiel Henry Marcelo

DIRECTOR:

MGS. MARCELO BARRIGA

PAR ACADÉMICO:

MGS. ROCÍO NÚÑEZ

Guaranda – Ecuador

2022

TEMA

“Estrategias de comunicación para la práctica ancestral (kichwa) en niños de educación básica de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022”.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por tenerme con salud y permitirme cumplir este sueño tan anhelado.

A mis padres por su amor incondicional, comprensión, apoyo económico y moral, a mi tutor y par académico por sus valiosos aportes, conocimientos y sobre todo por la paciencia que tuvieron, a las Autoridades y Licenciados de la Carrera de Comunicación, gracias a todas las personas que fueron parte y contribuyeron para la culminación de esta investigación.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado principalmente a Dios por bendecirme día tras día y no dejarme derrumbar en cada obstáculo que se me ha presentado.

A mi familia que de una u otra manera me han ayudado desde el principio de la carrera con consejos y palabras de aliento.

A mis padres que han sido el pilar fundamental en este proceso académico, dándome su apoyo moral y económico.

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. Marcelo Barriga y Mgs. Rocío Núñez en su orden Director y Par Académico del Trabajo De Titulación **“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PRÁCTICA ANCESTRAL (KICHWA) EN NIÑOS DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTÓN AMBATO, PERIODO DICIEMBRE 2021 – MARZO 2022”**, elaborado por el señor **Henry Marcelo Vásquez Peñafiel**.

CERTIFICAN

Que luego de revisar las respectivas correcciones del Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Comunicación, por lo tanto, autorizamos su presentación y empastado.

Guaranda, 16 de agosto del 2022



Mgs. Marcelo Barriga
DIRECTOR ACADEMICO



Mgs. Rocío Núñez
PAR ACADEMICO



DECLARACION DE AUTORIA



Guaranda, 20 de Octubre del 2020

Yo, **HENRY MARCELO VASCONEZ PEÑAFIEL** con número de cédula N° **1805434899**, de nacionalidad Ecuatoriana, declaro que el proyecto de investigación denominado Estrategias de Comunicación para la práctica ancestral (**KICHWA**) en niños de Educación Básica de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo Diciembre 2021 – Marzo 2022, es el reflejo del trabajo personal de quien suscribe.

En tal sentido manifiesto la originalidad del trabajo de investigación realizado.

Atentamente,

HENRY MARCELO VASCONEZ PEÑAFIEL

C.I 1805434899



Notaria Tercera del Cantón Guaranda
 Msc. Ab. Henry Rojas Narvaez
 Notario



No. ESCRITURA	20220201003P02362
---------------	-------------------

DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR:

VASCONEZ PEÑAFIEL HENRY MARCELO

CUANTIA: INDETERMINADA

FACTURA: 001-006-000002263

DI: 2 COPIAS

En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día veinte de octubre de dos mil veintidós, ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparece el señor VASCONEZ PEÑAFIEL HENRY MARCELO, estado civil soltero, domiciliado en la ciudad de Tungurahua y de paso por esta ciudad de Guaranda, con celular número 0990907258, por sus propios derechos. el compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, hábil e idónea para contratar y obligarse a quien de conocerla doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación y con su autorización se ha procedido a verificar la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana, bien instruida por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertida de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento que dice:

Declaro que el presente trabajo de investigación titulado: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PRÁCTICA ANCESTRAL (KICHWA) EN NIÑOS DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTÓN AMBATO, PERIODO DICIEMBRE 2021 – MARZO 2022", es de mí autoría, este documento no ha sido previamente presentado por ningún grado de calificación profesional y que las referencias bibliográficas que se incluyen han sido consultadas por la autora. Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que la hago para los fines legales pertinentes. HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA. La misma que queda elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que les fue al compareciente por mí el Notario en unidad de acto, aquel se afirma y se ratifica de todo lo expuesto y firma conmigo en unidad de acto, quedando incorporado al protocolo de esta Notaria, la presente declaración, de todo lo cual doy fe.-

VASCONEZ PEÑAFIEL HENRY MARCELO
 C.C. 1805434899

AB. HENRY ROJAS NARVAEZ
 NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA



ÍNDICE GENERAL

PRELIMINARES	
AGRADECIMIENTO	iiii
DEDICATORIA	iv
CERTIFICACIONES (DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS)	v
DECLARACIÓN JURAMENTADA DEL AUTOR	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xi
ABSTRACT	xiii
TEMA	1
Introducción.....	2
Antecedentes.....	4
Descripción del problema.....	6
Formulación del problema	9
Justificación.....	11
Objetivos	15
Variables	16
Operacionalización de variables.....	17
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	19
Antecedentes.....	19
Marco científico.....	22
Estrategia de comunicación educativa	22
La teoría crítica.....	23
Características fundamentales	25
Constelación de ideas de la variable independiente.....	26

Fundamentación Conceptual	27
Fundamentación teórica de la variable independiente	26
Estrategias de comunicación	27
Marketing	28
Comunicación.....	29
Medios de comunicación	29
<i>Medios de comunicación tradicionales.....</i>	30
Medios de comunicación actuales	31
Planificación estratégica de comunicación	33
Constelación de ideas de la variable Dependiente.....	34
Fundamentación teórica de la variable Dependiente	35
Imagen corporativa	35
Identidad corporativa	35
Comunicación interna.....	36
Comunicación externa	37
Marca	38
Fundamentación legal	39
Fundamentación Georreferencial	40
Ubicación geográfica del proyecto de titulación	41
CAPÍTULO II.....	42
MARCO METODOLÓGICO	42
Enfoque de la investigación	42
Tipo de investigación.....	42
Descriptiva	43
De Campo	43
Bibliográfica o Documental.....	43
Métodos.....	43

Deductivo.....	43
Histórico-Lógico	43
Científico	44
Analítico	44
Comparativo.....	44
Técnicas e instrumentos de investigación	44
Ficha de Observación	44
Encuesta	44
Universo y muestra	45
Universo.....	45
Muestra.....	45
Procesamiento de la Información	46
CAPÍTULO III	47
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
Discusión de Resultados.....	60
PROPUESTA.....	62
CAPÍTULO V	82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
Conclusiones	82
Recomendaciones.....	83
CAPÍTULO VI	84
BIBLIOGRAFÍA	84
Anexo	89
Financiamiento.....	90
Encuesta	91
Cronograma	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Operacionalización de variables.....	
Tabla N° 2 Resultados y discusión de la encuesta datos informativos.....	
Tabla N° 3 Edad de los encuestados.....	
Tabla N° 4 Género.....	
Tabla N° 5 Pregunta #1.....	
Tabla N° 6 Pregunta #2.....	
Tabla N° 7 Pregunta #3.....	
Tabla N° 8 Pregunta #4.....	
Tabla N° 9 Pregunta #5.....	
Tabla N° 10 Pregunta #6.....	
Tabla N° 11 Pregunta #7.....	
Tabla N° 12 Pregunta #8.....	
Tabla N° 13 Pregunta #9.....	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Características fundamentales.....	
Gráfico N° 2 Constelación de ideas de la variable independiente.....	
Gráfico N° 3 Constelación de ideas de la variable dependiente.....	
Gráfico N° 4 Ubicación geográfica del proyecto.....	
Gráfico N° 5 Resultados y discusión de la encuesta datos informativos	
Gráfico N° 6 Edad de los encuestados.....	
Gráfico N° 7 Género.....	
Gráfico N° 8 Pregunta #1.....	
Gráfico N° 9 Pregunta #2.....	
Gráfico N° 10 Pregunta #3.....	
Gráfico N° 11 Pregunta #4.....	
Gráfico N° 12 Pregunta #5.....	
Gráfico N° 13 Pregunta #6.....	
Gráfico N° 14 Pregunta #7.....	
Gráfico N° 15 Pregunta #8.....	
Gráfico N° 16 Pregunta #9.....	
Gráfico No 17 Matriz FODA.....	
Gráfico N° 18 Plan Estratégico.....	
Gráfico No 19 Afiche.....	
Gráfico No 20 Folleto.....	

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tuvo como objetivo principal determinar estrategias comunicacionales para mejorar la enseñanza del kichwa en la Unidad Educativa Huayna Cápac en los niños de educación básica, esto frente a la necesidad de reforzar la práctica del idioma como parte del valor cultural intangible que la lengua mantiene en la sociedad ecuatoriana, para ello se trabajó bajo el enfoque cuantitativo y cualitativo, además de la investigación descriptiva, de campo, bibliográfica, con métodos deductivo, científico y analítico, entre otros; y las técnicas de la encuesta y ficha de observación. Los principales resultados determinaron que, en el centro educativo, como fuera de este, el idioma se practica en un nivel aceptable, y reconocido por los encuestados como parte de su identidad cultural; pero que existen falencias en el proceso de socialización de las actividades ejecutadas por la comunidad educativa en kichwa. Se concluye, de este modo, que las estrategias de comunicación deben estar dirigidas a la creación de productos comunicacionales que fortalezcan el idioma tanto en el centro educativo como fuera de este, la implementación de actividades recreativas y didácticas para su práctica permanente, y el uso de plataformas digitales como Facebook e Instagram para la difusión del kichwa.

Palabras Clave: COMUNICACIÓN, COMUNIDAD, CULTURA, ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, KICHWA.

ABSTRACT

The main objective of this study was to determine communication strategies to improve the teaching of Kichwa in the Huayna Cápac Educational Unit in children of basic education, this in the face of the need to reinforce the practice of the language as part of the intangible cultural value that the language maintains in Ecuadorian society, for this we worked under the quantitative and qualitative approach, in addition to descriptive, field, bibliographic research, with deductive, scientific and analytical methods, among others; and the techniques of the survey and observation sheet. The main results determined that, in the educational center, as well as outside of it, the language is practiced at an acceptable level, and recognized by the respondents as part of their cultural identity; but that there are shortcomings in the socialization process of the activities carried out by the educational community in Kichwa. It is concluded, in this way, that communication strategies should be aimed at the creation of communication products that strengthen the language both in the educational center and outside it, the implementation of recreational and didactic activities for its permanent practice, and the use of digital platforms such as Facebook and Instagram for the dissemination of Kichwa.

Keywords: COMMUNICATION, COMMUNITY, CULTURE, COMMUNICATION STRATEGIES, KICHWA.

TEMA

“Estrategias de comunicación para la práctica ancestral (kichwa) en niños de educación básica de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022”.

Introducción

El presente trabajo de investigación busca establecer estrategias comunicativas para la práctica del idioma ancestral kichwa en niños de educación básica de la Unidad Educativa Huayna Capac en el periodo de diciembre de 2021 a marzo 2022, para que de esta manera se potencie la práctica del idioma en acciones que se fundamentan desde el personal administrativo y docente.

El problema del cual surge este proyecto, es el desinterés de las nuevas generaciones sobre el uso de la lengua, debido a que el paso de las enseñanzas de generación en generación se ha visto interrumpido, sin embargo, existen Unidades Educativas que han logrado prevalecer el uso de este idioma al enseñar a sus estudiantes clases en kichwa y dar apertura a que el idioma sea usado por todo el alumnado. Basándose en ello, se espera conocer cuáles han sido las estrategias de comunicación utilizadas con los estudiantes, para reforzar y llegar a los objetivos trazados.

En el presente trabajo se ha planteado investigaciones de tipo descriptiva, de campo y bibliográfica, debido a que ha sido necesario encontrarse en el lugar del objeto de estudio para entender la problemática, así como reforzar los conocimientos por medio de análisis bibliográficos y también para conocer los datos que se encuentran dentro y fuera de la Unidad Educativa, es por ello que se ha establecido un enfoque metodológico deductivo, histórico-lógico, científico, analítico y comparativo; además de aplicar técnicas de investigación a una muestra determinada, por medio de encuestas y observaciones que el investigador ha realizado a los estudiantes de Educación básica.

Con los resultados que se han obtenido de la recolección de datos es importante realizar un correcto análisis e interpretación de los resultados que han sido previamente tabulados, todo con la intención de recoger información sobre cómo es el uso del kichwa y algunos elementos comunicativos desde la perspectiva del objeto de estudio, con la

información obtenida se ha establecido formas de comunicación asertiva para que los estudiantes puedan hablar kichwa de manera más frecuente.

La investigación da como resultado una serie de estrategias comunicativas direccionadas a los integrantes de los establecimientos educativos para que la comunicación interna y externa con los estudiantes, pueda ser difundida de manera adecuada, además de visibilizar una serie de problemas que han surgido en la sociedad con respecto al uso del kichwa como primera lengua.

Línea de investigación: Comunicación Organizacional.

Antecedentes

Si bien el trabajo de investigación ha sido elaborado desde nuevos enfoques, existen algunos trabajos que tienen relación con la propuesta que se propone, autores como:

Maldonado (2018) en su trabajo titulado “seamos rescatistas de la lengua kichwa” plantea objetivos claros basados en el diseño y fortalecimiento de la cultura junto a la lengua. De esta manera implementan nuevas formas para que el idioma no desaparezca, desde el respeto y aceptación de las raíces de cada uno. Se crea una identidad que unifica no solo a la persona y el idioma, sino que también lo relaciona con el medio ambiente por medio de las TICs.

A estas ideas, Grzech (2017) con su trabajo “¿Es necesario elegir entre la estandarización de las lenguas minoritarias y la vitalidad de sus variedades? Estudio de caso del kichwa de Alto Napo” también brinda una perspectiva sobre el uso del kichwa con sus variables, además de exponer sobre la unificación del idioma. Igualmente afirma que existen causas distintas para la pérdida del idioma, como la dominación del español o la creciente urbanización de algunos lugares; todo parte de procesos sociopolíticos que alimentan el abandono de la lengua.

Entre otros estudios, Santasusana et al. (Santasusana, Libon, García, & Alavedra, 2017) con su libro Entender(se) en clase, describe algunas estrategias que funcionan dentro de las aulas de clase, para que los estudiantes entiendan sobre los temas, pero que, al mismo tiempo, sean los profesores los que aprendan de sus enseñanzas. Con ello, se demuestra la relevancia de una buena comunicación entre el alumnado y el docente, de esta manera, se conoce que se ha propuesto algunas estrategias que se planeaban ser utilizadas dentro y fuera de las aulas de clase.

Con ello, se refuerzan las ideas de nuevas metodologías aplicadas con el uso de la tecnología, tal es el caso del artículo “Las TIC como estrategia metodológica para desarrollar la expresión oral en adolescentes Kichwa hablantes” de la autora Rojas León (2020) donde desarrolla un artículo cuestionando los niveles de enseñanza que perciben los estudiantes que aprenden inglés y por qué hay niveles bajos de ese idioma, sin embargo, propone como objeto de estudio a los estudiantes de habla kichwa a quienes, por medio de desarrollo sensitivo cultural, se intenta familiarizar a los hablantes con otros idiomas.

Finalmente, se ha encontrado un trabajo con enfoques en el kichwa y en el aprendizaje y continuidad del mismo. Se ha observado que los estudiantes buscan refuerzos del idioma y los maestros esperan una motivación para continuar con su uso pese a las dificultades socio políticas, es así que Pazmiño Aguilar y Granizo Jaramillo (2019), proponen modelos de enseñanzas que abarquen todos los niveles y criterios de evaluación en caso de que el kichwa deje de ser el primer idioma del habla, este modelo integra a padres de familia y a espacios comunitarios para poder reforzar los conocimientos adquiridos.

Descripción del problema

En los últimos años, en Ecuador, la práctica del idioma ancestral kichwa se ha ido perdiendo en las comunidades interculturales, especialmente en niños y adolescentes, este problema se evidencia debido a que en las instituciones educativas no existe el uso del kichwa para las clases generales, debido a que los docentes no tienen origen en comunidades de habla kichwa y, por ende, no tienen el conocimiento teórico y práctico del idioma, esta barrera del lenguaje, evita que los estudiantes de estas comunidades no desarrollen su educación en el idioma aprendido en casa, sino que empiecen a ahondar en el español.

Esto va de la mano con la ayuda del gobierno, debido a que muchas veces las escuelas y colegios se centran en enseñar netamente el español y a veces, como segunda lengua, el inglés, sin embargo, es indispensable ahondar en el idioma que desemboca, por lo menos, 13 lenguas del kechwa en Ecuador y también 14 nacionalidades indígenas (Haboud, 2019); ya que, con la pérdida de este, también existe pérdida cultural y ancestral, lo que afecta, significativamente, al pueblo indígena.

Es importante mencionar que a pesar que, a lo largo de los años, con muchos de los gobiernos, se ha intentado incluir afiches o anuncios donde se pueda reconocer a personas indígenas y ser inclusivos con el lenguaje ya que una gran parte de la población conoce el idioma, sin embargo, se ha conseguido que exista una folklorización y mercantilización de la cultura y que, de esta manera, no exista un impacto favorable sobre el kichwa.

Es por ello que se conoce que muchas personas que hablan este idioma ancestral, han dejado de promover sus costumbres y ahondar en su cultura, porque ocurre

discriminación, principalmente por razones étnicas, además, se ha convertido en un impedimento para construir igualdad de oportunidades entre diferentes pueblos o nacionalidades que tiene el territorio ecuatoriano, por este motivo, muchas familias tradicionales que conocen el idioma toman la decisión de no enseñar a sus hijos, ya que consideran que no aportará algún beneficio a sus vidas. Casma (2014) reconoce que la UNESCO declaró el quechua o kichwa como un idioma vulnerable y en peligro de extinción.

Ahora bien, en la ciudad de Ambato, especialmente en las zonas donde existe mayor número de comunidades indígenas, se puede evidenciar notablemente que tanto en niños como en adolescentes no se comunican a nivel familiar o escolar por medio del kichwa, sino que optan por una segunda lengua que sería el español. Esto debido a lo que se ha mencionado anteriormente, los niveles de discriminación llegan a ser muy altos dentro y fuera de las unidades educativas.

Es así que, la barrera lingüística afecta a nivel académico, ya que dificulta el desenvolvimiento de los estudiantes, así mismo, la comunicación intrafamiliar y los conflictos que se generen dentro de la familia pueden influir en el rendimiento académico. Existe, además una baja autoestima de cada estudiante con respecto a su dialecto e incluso sobre sus raíces, esto da como resultado que al estudiante le resulte difícil expresarse adecuadamente con sus compañeros y, al mismo tiempo, empeore su rendimiento escolar.

Si no existe un correcto manejo del lenguaje para crear una comunicación asertiva entre los estudiantes y los profesores, difícilmente se podrá reconocer un problema (sea académico o personal). De esta manera, el correcto uso del kichwa en estudiantes que hablen este idioma potenciará el conocimiento y práctica del idioma, además de que el profesor podrá reconocer aquellas fallas que no serían reconocidas sin una estrategia comunicativa adecuada.

En la Unidad Educativa Huayna Cápac en la parroquia Santa Rosa de la ciudad de Ambato, a través de prácticas pre profesionales, se pudo reconocer que la comunicación, especialmente entre los estudiantes-profesores, es preocupante, muchas veces los profesores no se encuentran capacitados sobre el kichwa para poder brindar ayuda a sus estudiantes, es así que, se notó que no existía un correcto diálogo entre una figura de autoridad y un estudiante y que ha repercutido notablemente en el trabajo académico.

Formulación del problema

Como se ha observado la lengua es uno de los impedimentos más grandes para una comunicación asertiva y al mismo tiempo para la resolución de problemas.

Es necesario tomar en consideración que, en las unidades educativas, la interacción entre estudiantes y profesores es el primer paso para ahondar en problemas que pueden ser desencadenantes de todo tipo de abuso dentro o fuera del aula de clase.

Por este motivo, el presente trabajo de investigación tiene como finalidad conocer sobre las estrategias de comunicación que surgen con el idioma kichwa, específicamente en niños de educación básica inicial.

El proyecto se centra geográficamente en la comunidad de Angahuana, en Santa Rosa, Ambato específicamente en estudiantes de la Unidad Educativa Huayna Cápac y para mayor precisión sobre los datos a obtener, se realizará la investigación en el periodo de tiempo entre diciembre de 2021 a marzo de 2022.

La principal pregunta de investigación es: ¿Cómo inciden las estrategias de comunicación en la práctica del idioma ancestral (kichwa) en niños de educación básica de la comunidad Angahuana-parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022?

Esto desglosa tres preguntas para complementar la investigación:

¿Cómo es la comunicación basada en el idioma ancestral que se genera en las aulas con los estudiantes de la Unidad Educativa Huayna Cápac?

¿Cómo se desarrolla las estrategias de comunicación en la práctica del idioma ancestral en el proceso de enseñanza- aprendizaje de los estudiantes de la Unidad Educativa Huayna Cápac?

¿Qué estrategias se podría implementar para una comunicación asertiva en el proceso de enseñanza aprendizaje y mejorar el rendimiento escolar?

Justificación

El presente trabajo de investigación tiene como foco de interés el concientizar a los miembros de las unidades educativas sobre la importancia de una comunicación asertiva, además de eso, se busca que esta comunicación sea esencialmente basada en el idioma kichwa para que de esta manera se fomente una educación de calidad capaz de resolver conflictos que no solo sean académicos, sino aquellos que se presenta a nivel socio-cultural, por ende, se tendrá presente que, además del idioma, el respeto de derechos y opiniones de los estudiantes sean expresados eficazmente.

Para esta investigación es importante delimitar el contexto bajo el cual se ha dado una pérdida del idioma kichwa en los estudiantes de niveles inicial y secundario. El idioma, como se ha mencionado previamente, se encuentra en peligro de extinción y con este, vendría una serie de problemas socio culturales para las personas indígenas que pierden su lengua materna ancestral, se conoce que actualmente en Ecuador ya ha existido una pérdida de dos lenguas ancestrales, tales como tetete y andoa y que existen otras que se encuentran en grave peligro de extinguirse (Chocair Herrera , 2020).

Por esta razón es pertinente que se haga una investigación a profundidad sobre el uso y desuso de las lenguas ancestrales, además, que se conozca sobre la participación del Estado frente a un problema que no se establece solamente a nivel personal en cada estudiante, sino que afecta significativamente al sistema educativo impartido en varias aulas de clase que no manejan una adecuada comunicación con sus estudiantes.

Es necesario entender que, si no se hace algo a tiempo, las lenguas ancestrales como el kichwa y/o el shuar pueden desaparecer si el Estado y las mismas comunidades no ejercen su derecho de salvaguardas el uso del lenguaje y todas las formas de expresión

verbal. Parte del problema se establece debido a que el estado ecuatoriano se ha despreocupado de aquellas minorías y no ha reconocido que estas lenguas tienen un valor cultural intangible y no ha fomentado el uso adecuado en las instituciones educativas.

La investigación, si bien quiere concientizar a los centros pedagógicos sobre el correcto uso del kichwa, también busca dar a conocer sobre el valor cultural que se obtiene gracias a esa lengua y mostrarlo como una ventaja a nivel personal, cultural, académico, económico y social, pero, también se pretende mostrar aquellas afecciones dentro de la cultura ecuatoriana que llevan a indígenas a evitar hablar en kichwa o a dejar de hablarlo permanentemente.

Pese a la diversidad cultural en las cuatro regiones del Ecuador, existe gran parte de la población indígena que han sido discriminadas debido a su cultura, a su vestimenta y, sobretodo, al uso del kichwa como primera lengua, bajo estas circunstancias es importante profundizar sobre cómo estos factores limitan a las nuevas generaciones a usar estos idiomas ancestrales como lengua materna.

Una parte del proyecto de investigación está basada en la bibliografía que sea encontrada y analizada, para que de esta manera se pueda profundizar en cada punto que se considere preciso fundamentar con bases científicas y académicas sobre cada tema a tratar, además, gracias a la bibliografía obtenida, se permitirá conocer sobre acontecimientos sobre el objeto de estudio de esta investigación y será relevante para establecer nuevas conjeturas.

El proyecto establecerá a profundidad las causas para que exista una pérdida del idioma ancestral, pero tendrá su principal punto de atención en los estudiantes de la Unidad Educativa Huayna Cápac, para así conocer directamente los riesgos de una comunicación fallida entre personal docente y estudiantes, con ello, se conocerá si ha sido

posible un desarrollo significativo de aprendizaje después de la utilización de correctas estrategias comunicacionales.

La realización de este proyecto de investigación en la Unidad Educativa Huayna Cápac en la comunidad Angahuana de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato busca beneficiar tanto a los estudiantes como al personal docente, ya que una vez completada la investigación se podrá tomar medidas comunicacionales dentro de las aulas de clase que permitirán que las clases sean impartidas con mayor facilidad.

Al momento de conocer nuevas formas de potenciar tanto el lenguaje como la comunicación, se podría plantear, a futuras generaciones nuevas maneras de comunicación asertiva, todo basándose en el conocimiento del kichwa como idioma materno, así mismo, permitiría que los estudiantes se sientan orgullosos de la cultura que los rodea y que ha ido pasando de generación en generación.

La realización de esta investigación es factible debido a que los miembros educativos de la Unidad Educativa Huayna Cápac han aceptado ser parte de este estudio en boga de la mejoría académica, además, el investigador cuenta con los insumos, herramientas y materiales necesarios para poder llevar a cabo esta investigación.

El tema de esta disertación no se ha establecido por otros autores anteriormente, por lo tanto, es original, no existe alguna investigación que establezca como punto de indagación el adecuado uso de las estrategias de comunicación para la práctica del idioma ancestral (kichwa) en niños de educación básica de comunidades en Ambato, Ecuador, sin embargo, existe información que será de ayuda para fundamentar las opiniones y observaciones del autor.

Existe información que se encuentra en la periferia del grupo de investigación o que expone a una muestra de población mucho más grande como a comunidades enteras

de habla kichwa, esta bibliografía es fundamental para situar y conocer el contexto de la presente investigación y, además, establecer límites mucho más específicos ya que la muestra es mucho menor.

El valor de la investigación se observará en los resultados ya que, se espera que, gracias a un correcto manejo de la comunicación asertiva en los estudiantes, se tendrá un impacto positivo para la formación académica y personal de los niños de la Unidad Educativa Huayna Capac donde se desarrollarán en un ambiente de seguridad y podrán explorar sus habilidades.

Objetivos

Objetivo general

Determinar cuáles son las estrategias de comunicación para la práctica del idioma ancestral (kichwa) en niños de educación básica de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022.

Objetivos específicos

Identificar estrategias de comunicación para la práctica del idioma ancestral Kichwa en niños de educación básica de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022.

Construir las estrategias de comunicación para la práctica del idioma ancestral Kichwa en niños de educación básica de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022.

Difundir estrategias de comunicación para la práctica del idioma ancestral (kichwa) en niños de educación básica de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022.

Hipótesis

Basado en toda la información anteriormente expuesta, se ha planteado la siguiente hipótesis sobre el grupo de estudio en conjunto con el tema de investigación.

La hipótesis es: Las estrategias de comunicación permitirán mejorar la práctica del idioma ancestral (kichwa) en niños de educación básica de la comunidad Angahuana-parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022.

Variables

Las estrategias de comunicación son las variables independientes ya que no necesitan de otro factor para cumplirse, más allá de reconocer cuales serían las mejores opciones comunicacionales para poder mejorar la práctica del idioma ancestral en niños de educación básica de la comunidad Angahuana-parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022.

El mejoramiento de la práctica del idioma ancestral es la variable dependiente ya que esta premisa se afirma siempre y cuando se establezcan las estrategias de comunicación que el presente proyecto busca establecer en niños de educación básica de la comunidad Angahuana-parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022.

Tenemos a los niños de educación básica de la comunidad Angahuana-parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, que son una variable geográfica interviniente, ya que establece el lugar donde la investigación va a ser realizada y al mismo tiempo los sujetos de estudio específicos para los que va dirigida esta investigación, pero que de ser

necesario se podría hacer un cambio estratégico sabiendo que podrían cambiar los resultados de la investigación.

Además, existe el factor temporal que se establece por medio de un periodo de tres meses que comprende diciembre de 2021 hasta marzo 2022. Esta variable es interviniente ya que, de tener motivos justificados, se puede adaptar a otro periodo de tiempo similar a este pero que comprenda otro grupo de meses dentro del año lectivo de la unidad educativa, pero así mismo puede distorsionar los resultados si es que se cambia.

Operacionalización de variables

Tabla No. 1: Variables

VARIABLES	Tipo de variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Las estrategias de comunicación	Independiente	Los tipos de estrategias de comunicación (EC) para cumplir con lo establecido.	Conocimiento (sobre las EC)	La información que se obtenga para determinar EC.	Bibliografía del Marco teórico.
El mejoramiento de la práctica del idioma ancestral.	Dependiente	Puede o no existir una mejora de la práctica del Kichwa.	Cómo se adapten las EC en el grupo establecido.	Las estrategias que sean planteadas para mejorar la práctica.	El conocimiento previo sobre elementos comunicacionales y sobre el uso

					anterior del idioma ancestral.
Los niños de educación básica de la comunidad Angahuana-parroquia Santa Rosa del cantón Ambato.	Interviniente	Si todos los niños asisten. Si los representantes legales autorizan el estudio basado en ellos.	El establecer conocimientos previos del kichwa. La disponibilidad del grupo de estudio.	Porcentaje de personas que sean parte del estudio	Listas de constancia de los estudiantes.
Diciembre de 2021 hasta marzo 2022	Interviniente	La posibilidad de obtener resultados acertados en ese lapso de tiempo.	Tiempo de estudio necesario.	El lapso temporal que se ha previsto para la investigación.	Tiempo previsto anteriormente.

Elaborado por: Henry Vásquez

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

Dentro del presente apartado se toma en cuenta distintas investigaciones previas relacionadas al presente tema de estudio, las mismas que han servido de base para el desarrollo. A continuación, se describen.

1. Tema: Estrategias de comunicación activa en el ámbito familiar y escolar para el aprendizaje de la lengua kichwa en educación inicial y preparatoria.

Autora: María Guamán

Lugar: Cuenca -Ecuador,

Año: (2022)

Resumen:

Guamán (2022) en su trabajo académico presenta como objetivo principal fortalecer la lengua kiwcha en estudiantes de educación inicial y preparatoria conforme el uso de una guía metodológica con base al trabajo cooperativo, desde el uso de estrategias de comunicación activa en campos como el familiar y escolar. Para ello, realiza un primer análisis sobre la caracterización sociolingüística que evidencia la falta de uso de la lengua en la interacción con los demás, pese a que los adultos sí lo practican.

De esta forma, y conforme un análisis de experiencias educativas similares usando como metodología el sistema de conocimiento de la EIB dirigida a 14 estudiantes, entre los 3 a 6 años de edad; llega a concluir que las estrategias de comunicación aportan a mejorar la expresión oral y la comprensión auditiva.

Del trabajo expuesto, el aporte que presenta está dado por direccionar el uso de estrategias de comunicación que como en el presente estudio, en Guamán (2022) se han utilizado para mejorar la práctica del idioma en el hogar y en el ámbito escolar, donde se entiende la necesidad de que en el ambiente familiar como educativo se apliquen estrategias didácticas comunicativas como el diálogo espontáneo, las canciones y juegos vivenciales y que proporcionen mayor oportunidad para la expresión oral, la escucha activa y la interacción permanente.

2. Tema: “Análisis del uso de estrategias educomunicacionales durante el periodo académico 2017 – 2018, en las unidades educativas católicas del cantón Ibarra. Provincia de Imbabura”

Autor: Sor María Agila

Lugar: Ibarra-Ecuador,

Año: 2018

Resumen:

La investigación tiene como objetivo principal determinar el uso de estrategias educomunicacionales en las Unidades Educativas Católicas, durante el periodo 2017 – 2018, donde desde la investigación descriptiva analiza la efectividad de la enseñanza-aprendizaje en los niveles de cuarto y séptimo año de educación básica, diagnóstico que facilita el planteamiento de una propuesta desde la educomunicación entiende que las TIC son esenciales para fortalecer un proceso pedagógico docente hacia la adquisición de aprendizajes significativos, y que tanto la educación y la comunicación aportan a la enseñanza, concluye, de este modo, que la educomunicación mediante el uso de herramientas audiovisuales como digitales, aporta de manera importante a la enseñanza

general que bajo una visión innovadora fortalece habilidades sociales como la interacción y la participación

La función práctica del presente estudio está dada por ampliar una perspectiva más inclusiva que la comunicación en general otorga en campos como la educación y que se traduce en la educomunicación, término que aparece bajo las ideas de Paulo Freire en su llamada pedagogía crítica, quien entendía a la educación como una formación dirigida a la acción, donde las estrategias educomunicacionales diseñadas en el estudio de Agila (2018) elabora una plataforma virtual multimedia que incluyan productos multimedia y material interactivo (como estrategias comunicacionales) que otorguen al estudiante recursos innovadores para mejorar la enseñanza-aprendizaje.

3. Tema: Estrategias de comunicación para la mejora pedagógica en zonas rurales del Perú. El caso del proyecto “Maestros y Escuelas que cambian tu vida” en Santa Rosa de Cochabamba, Ayacucho.

Autora: Rocío Baldeón

Lugar: Lima-Perú

Año: (2018)

Resumen:

El aporte de Baldeón (2018) está dado por visibilizar la importancia de los decisores políticos y gestores de proyectos que incorporen elementos de la comunicación intercultural al momento de diseñar estrategias de comunicación para entender la práctica comunitaria educativa. Para ello, utiliza como investigación el enfoque mixto conforme el uso de técnicas como la entrevista, encuesta, focus group dirigida a estudiantes, padres de familia y docentes. Concluye de este modo que elementos como el trato horizontal, la participación activa, el acompañamiento y la retroalimentación son clave para una

educación intercultural bilingüe y que inciden positivamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y que las estrategias de comunicación implementadas han permitido mejorar el rendimiento académico de los estudiantes de la zona rural del país.

Como se aprecia, la investigadora descrita centra su investigación en destacar la importancia del uso de estrategias de comunicación en el ámbito educativo orientando al presente estudio a explorar las mejores estrategias de comunicación que en el caso de Baldeón (2018) destaca el fortalecimiento del kechua con el uso de la comunicación no verbal, a partir de herramientas para forjar la participación activa, la colaboración y, por ende, una comunicación horizontal entre el grupo, fomentando además, un círculo de inter-aprendizaje, como también diseñar estrategias de comunicación para mejorar el relacionamiento con los pobladores. Una propuesta que direcciona a comprender que en las estrategias de comunicación deben involucrarse de manera activa a estudiantes-docentes, padres de familia y comunidad en general.

Marco científico

Estrategia de comunicación educativa

Si bien se conoce que muchas estrategias de comunicación empezaron con el objetivo de vender un producto planteándose metas y utilizando diferentes herramientas, actualmente existen estrategias comunicativas que se direccionan hacia el ámbito educativo, para ello, se utilizan recursos similares, pero, a diferencia del anterior, con un correcto manejo de las herramientas de comunicación se podrá establecer un aprendizaje más efectivo para los estudiantes (Jaramillo, 2020).

Es así que las estrategias de comunicación educativa se convierten en una forma útil a la hora de aplicar una metodología activa que le permita al estudiante aprender; es

decir, adquiera autonomía hacia la construcción de un conocimiento propio pero, a la vez, fortalezca su pensamiento crítico; por tanto, de acuerdo a González et al. (2018), “las estrategias de comunicación educativas constituyen sistemas de acciones vinculadas al proceso pedagógico, encaminadas a la transformación de los sujetos en un período de tiempo determinado, utilizando diferentes medios y formas de comunicación” (p. 154).

Para ello, el modelo educativo participativo se convierte en una alternativa válida, sobre todo si es que en el proceso de enseñanza-aprendizaje existe un propósito para fomentar un espacio participativo y colaborativo, donde el estudiante se convierta en el protagonista del proceso, y a la hora de elaborar las estrategias se interesen por tomar en cuenta sus necesidades e intereses.

Las características expuestas son fundamentales dentro de la comunicación educativa, la misma que en la práctica se ajusta a los nuevos desafíos que el mundo globalizado demanda en materia de profesionales competitivos en cada campo; donde también toma en cuenta distintos canales de comunicación bidireccional abierta, al igual que la participación activa de la comunidad educativa expresada en los alumnos, docentes y padres de familia.

Teoría Crítica

El presente estudio toma como base la teoría crítica, desde el aporte de investigadores como Mario Kaplún, Néstor García Canclini, Ramiro Beltrán, Guillermo Orosco, entre otros comunicólogos, según refiere Martín Barbero (citado por González et al., 2017), quienes serían los pioneros del desarrollo sobre las investigaciones en comunicación que tendrían una época fecunda entre los años sesenta hasta mediados de los ochenta.

Martín Barbero, además, sería el primer teórico en abrir el debate sobre la comunicación a partir de lo popular tomando como base la antropología y la sociología,

su análisis se centraría en conocer el modo cómo los sujetos receptaban la cultura hegemónica mediática y como estos la recuperaban e incitaban, o bien la deformaban por mecanismos de resistencia y subversión de sus contenidos (Martín Barbero, 1987, citado por Arauz, 2009, p. 7) llevando, así mismo, a determinar una función ampliamente comercial y de dominación de parte de los medios de comunicación sobre los cuales las personas le daban sentido a su vida.

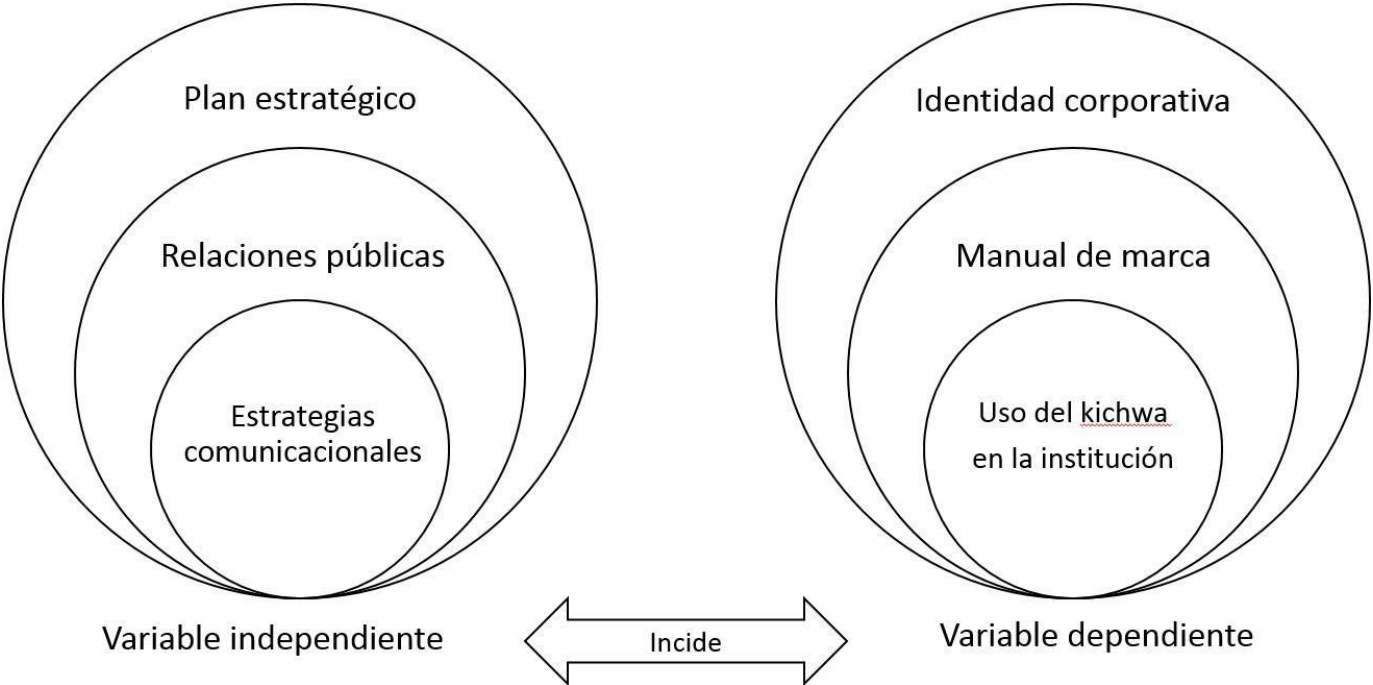
Sin embargo, para Barranquero (2011), pese a que se ha logrado institucionalizar la investigación latinoamericana con relación a la comunicación, a su decir, todavía no ha logrado traspasar fronteras, en tanto aún persiste marginación epistemológica, barreras culturales, como limitada difusión y publicación de los escritos de la región donde son pocas editoriales latinoamericanas con proyección internacional, esto, sin embargo, no ha frenado que desde los años 90 se lleve a cabo una constante difusión investigativas, donde el rol activo de la llamada Escuela Latinoamericana de Comunicación (por sus siglas ELACOM) desde mediados del pasado siglo se desarrollaría.

Las reflexiones de los teóricos de la Escuela se dirigirán así a hacer una crítica a los llamados medios de comunicación de masas entendiéndose desde la llamada Escuela de Frankfurt una visión de “subdesarrollo cultural provocado por los medios de comunicación y por el concepto de masas” (Molina, 2019, p. 26).

Se cuestionará, además, el modelo modernizador siendo su principal Teoría de la Dependencia, a partir de ahí se planteará el interés de promover un paradigma de comunicación horizontal conllevando también a evidenciar la necesidad de una Teoría Crítica para comprender la comunicación humana rechazando el fenómeno comunicativo supeditado al fenómeno de los medios, por otro más abierto y participativo.

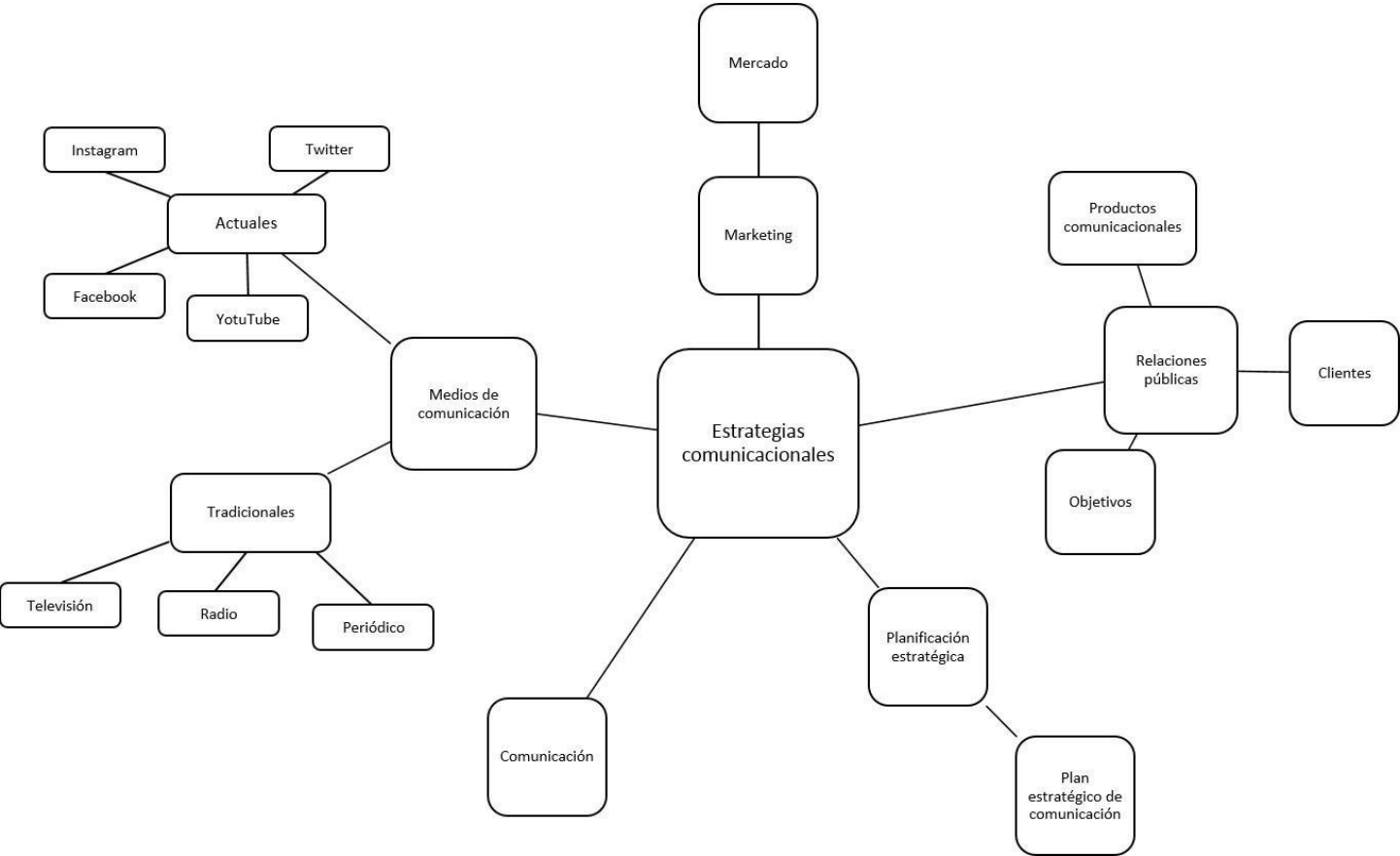
Características fundamentales

Gráfico No. 1



Elaborado por: Henry Vásquez
Fuente: Bibliografía

Constelación de ideas de la Variable Independiente
Gráfico No. 2



Elaborado por: Henry Vásquez
Fuente: Bibliografía

Fundamentación Conceptual

Fundamentación teórica de la Variable Independiente

Estrategias de comunicación

Marina Franco (2022) comenta que “una estrategia de comunicación es la herramienta de planificación que permite a una organización definir qué mensaje quiere transmitir a su público meta y de qué manera lo va a lanzar para cumplir sus metas y objetivos” (párr. 4)

Por otra parte, Ojeda y Grandio Pérez (2013) comentan que las estrategias de comunicación no significan, esencialmente, buscar a un consumidor, sino establecer estrategias de branding que permite implementar el propio discurso del consumidor en la marca que se está proponiendo, como una reestructuración de la marca que se basa en el consumidor.

Así mismo menciona Sordo (2022) que las estrategias de comunicación son acciones, como la reestructuración de los niveles de la empresa, así como una mejora de la imagen de la compañía, o una búsqueda del aumento en ventas. Todas estas acciones se basan entonces en aquellos movimientos que realice el comunicador para poder resolverlos.

Entonces, se puede plantear a las estrategias de comunicación como una adaptabilidad al cambio que se establezca dentro de la empresa, es decir, que conforme se puedan establecer nuevas fórmulas para mejorar los aspectos que se quiera de una institución será necesario determinar un método comunicativo que permita ese mejoramiento.

Marketing

Como se ha establecido con anterioridad, el Marketing será planteado desde el movimiento comunicacional de grupos masivos de personas. Basado en ello Philip Kotler en Fuente (2022) menciona, específicamente, que el marketing se lo puede entender como un “proceso social y administrativo” donde un grupo de personas buscan y obtienen lo que necesitan, ya que existe otro grupo de personas que tienen esa misma necesidad.

Así mismo, Jerome McCarthy, establece al Marketing como una serie de actividades que tienen como objetivo el cumplir ciertas metas que se establecen dentro de una organización, es decir, que tiene presente el cliente al que va dirigido y anticipa los deseos de ese consumidor para poder cumplir con las expectativas del mismo. Son todas las necesidades y servicios que la empresa puede cumplir al consumidor.

El Marketing planea llegar a la mente del consumidor, siendo que se pueda satisfacer las necesidades del mismo, por medio de una serie de estrategias que pueden ser planteadas desde la producción del producto. En el caso que se expone en el presente tema de investigación, el marketing funciona siempre y cuando se pueda satisfacer la necesidad de replantear una nueva imagen sobre el idioma ancestral.

Para establecer cualquier relación con el marketing, es necesario plantear un mercado al que va a estar dirigido el producto o servicio, el mercado, según Quiroa (2021) como concepto dentro del marketing se define como la composición de los consumidores potenciales que pueden adquirir el producto o servicio. Se establecerá, por lo tanto, una serie de ideas (que portan al producto o servicio) que considerarán las necesidades de los clientes y plantearán al producto o servicio dentro del mercado de clientes.

Comunicación

Es importante mencionar que la comunicación, sea escrita u oral ha sido la base de muchas de las culturas de la humanidad. Para Peiró (2021) la comunicación es este intercambio de información que se puede dar entre dos o más personas, es importante entender este proceso como un intercambio de mensajes entre emisor y receptor, para poder comunicar una situación en específico.

Yirda (Yirda, 2021) menciona que la comunicación se conoce como el intercambio de datos y todas las actividades que conforman ese intercambio. Es decir que existen una serie de códigos que se establecen entre el emisor y receptor para permitir que se el proceso comunicativo, en la actualidad, existen diferentes canales por donde se establece la comunicación, sea físico o digital, pero aun así puede aparecer obstáculos que, dentro de las teorías comunicativas, se denominan ruidos.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación son tan antiguos como la comunicación y la humanidad, en la sociedad siempre se han necesitado formas para pasar el mensaje y que han mejorado a través del tiempo. En la actualidad se tiene medios que con mayor alcance de personas y son los mismos que han fundamentado las nuevas teorías del mercadeo.

Por ello, actualmente se relaciona a los medios de comunicación directamente con el avance de las nuevas tecnologías, así como la transformación de la sociedad hacia la digitalidad. Dentro del marketing, es fundamental conocer y entender estos nuevos medios de comunicación para poder mejorar sus estrategias comunicativas y dar a conocer, de diferentes y llamativas maneras, sus productos o servicios.

Ahora bien, los medios de comunicación según Muniz (2019) se definen como el instrumento o canal para transmitir la información que las personas necesitamos comunicar, pueden ser desde escritos, dibujos, hasta nuevas tecnologías como mensajes de texto, videos digitales, entre otros. La comunicación es la base de las sociedades, pero los medios de comunicación son las columnas para plantear una sociedad, pues sin ellos sería imposible la accesibilidad al conocimiento que se transmite.

Medios de comunicación tradicionales

La comunicación tradicional tiene el factor de llegar a grandes masas de personas debido a los formatos que manejan, por eso son conocidos como medios masivos de comunicación. Como se menciona en Enclave (2021) en estos procesos tradicionales, el emisor era el encargado de transferir toda la información a un lector, televidente o radioescucha de manera masiva.

Televisión: Conforman dos aspectos: la transmisión y la propagación de la información, como los principales objetivos de la misma, es informar o entretener, con contenidos varios, a las personas que la miran. La televisión, como la palabra mismo lo expresa, es por lo tanto la difusión del mensaje a distancia, para mantener a la sociedad conectada por medio del conocimiento de hechos que suceden alrededor del mundo.

Radio: Al igual que otros medios de comunicación, funciona como intermediarios a un emisor y uno o varios receptores que se encuentren a larga distancia, existe este tipo de comunicación auditiva debido a la transmisión en el aire de las ondas electromagnéticas que son captadas por una antena, lo que permite una difusión de información a larga distancia. La radio precede a la televisión y, como ella, permite la transmisión de información y entretenimiento para los usuarios que lo sintonicen (Uriarte, Información y características: Radio, 2022).

Periódico: Por su parte, el periódico es un medio de comunicación masivo impreso (ahora digitalizado), que ha tenido como principal objetivo el dar a conocer noticias recientes o “periódicas” sobre los temas de interés de los usuarios, al ser masivo, se conoce que tiene un gran alcance y además de información también puede persuadir y compartir opiniones sobre varias personas. Cuenta con horarios establecidos para la difusión, ya sea matutina o vespertina (Uriarte, 2020).

Como se ha observado, en su mayoría, los medios de comunicación tradicionales tienden a ser medios informativos sobre la comunidad donde se difunden. Ese era el principal objetivo de la comunicación, informar sobre temas de la actualidad de la población en un determinado tiempo; aunque también, algunos de estos medios se dedicaban a la creación de material de entretenimiento para los usuarios.

Medios de comunicación actuales

Ahora bien, en la actualidad, muchos de esos medios de comunicación se han desglosado en varias plataformas virtuales que permiten una comunicación entre los usuarios de dichas plataformas. Con la llegada del Internet, han surgido diferentes formas de comunicarse con los otros, ya no de manera univalente, sino que ahora se puede tener un feedback de parte de los usuarios que ven, escuchan o leen lo que se difunde.

Actualmente, han surgido nuevas comunicaciones y redes sociales que permiten la difusión de información, entre los más conocidos son:

Facebook: Esta red social ha sido una de las que mejor acogida ha tenido, debido a la estructura de sus publicaciones, es importante definir que el contenido y la difusión del mismo se reduce a un grupo de amigos o gente que ha dado me gusta a una página que se ha creado con un fin en específico. Cuenta, además de una ventana de inicio donde

aparecerán las publicaciones que otros han compartido o subido, en estas publicaciones se puede reaccionar o interactuar con el autor por medio de comentarios que aparecen como alertas al autor, esta página social se convierte en una red informativa para los usuarios.

Instagram: Esta red social es de las más conocidas por la difusión de fotografías, a diferencia de Facebook, ya que el contenido se basa en lo visual y a la colección de momentos por medio de videos o imágenes que pueden ser publicados a manera de álbum de fotos o como historias que desaparecen en 24 horas. esta página, no es solo informativa, sino que aporta y difunde entretenimiento de quienes están conectados entre sí por medio de la opción de seguir.

Twitter: Esta plataforma virtual funciona principalmente de publicaciones escritas dentro de los 280 caracteres, estas publicaciones pueden ser de cualquier tema y, así como las anteriores redes sociales, se debe seguir a las personas que compartan temas de las que estén interesados otros usuarios, debido al fácil manejo tipográfico, usualmente no se utilizan imágenes, a no ser que sea necesario.

YouTube: Esta plataforma es visual por medio de la difusión de contenido a manera de video. Al ser otra plataforma gratuita (en mayor parte) se pueden publicar videos sobre cualquier tema, y en este caso la difusión del mismo viene de la mano con la publicación en otras redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram. Esta plataforma se alimenta de vistas es decir, de las veces que ha sido visualizado un video a tal punto de colocarlo en tendencias (Concepto, 2022).

Como podemos observar, estas nuevas redes sociales, además de informar tienen como objetivo el entretenimiento de los usuarios que se conecten a las redes de las mismas plataformas por medio de interacciones o al ser parte de alguna página, muchos de los

medios de comunicación se han adaptado al uso de estas nuevas formas comunicativas y se han acoplado a las diferentes plataformas y los diferentes formatos.

Planificación estratégica de comunicación

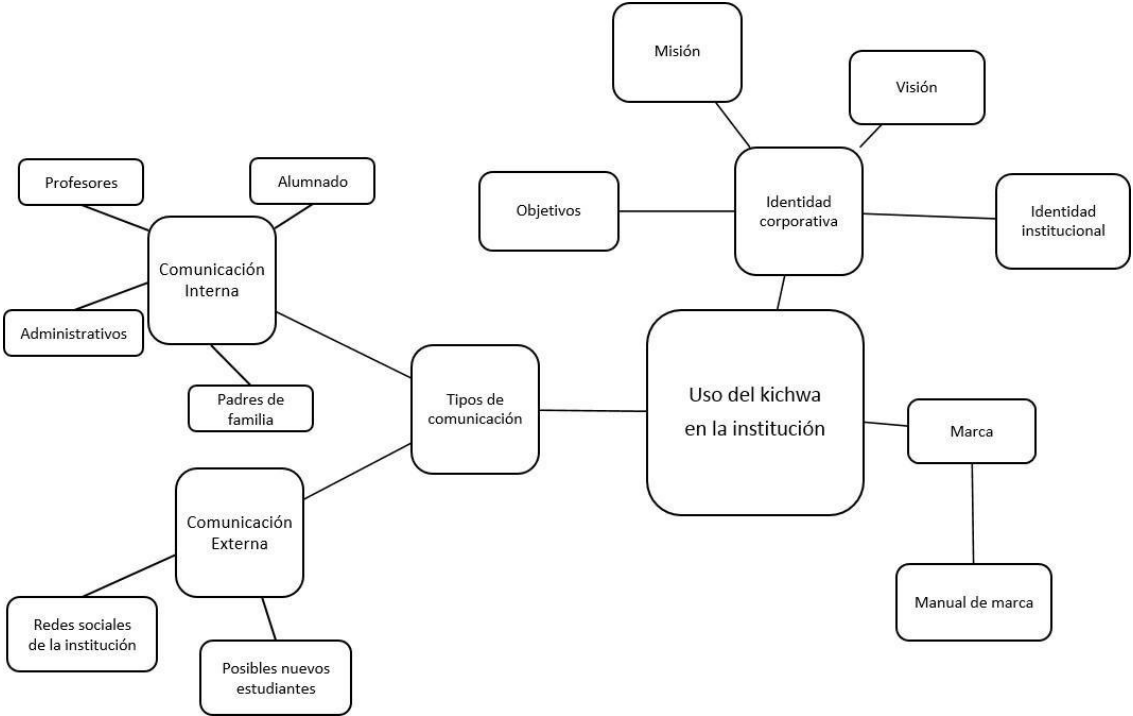
La comunicación estratégica es el uso deliberado de la comunicación para lograr un objetivo o resultado específico, se trata de hacer llegar el mensaje adecuado a la persona (o audiencia) adecuada en el momento adecuado a través del canal adecuado para lograr sus objetivos. La comunicación estratégica nos ayuda a ser cuidadosos y reflexivos en la forma en que nos comunicamos para que nuestro mensaje se destaque y llegue a nuestra audiencia en lugar de convertirse en parte de información que desaparece con el tiempo, también nos ayuda a definir claramente hacia dónde queremos ir (objetivo), así como a enfocar y controlar cómo llegar allí, administrar nuestro tiempo y priorizar recursos limitados.

Como menciona Salvador (2014) las comunicaciones estratégicas proporcionan un "paraguas conceptual" que permite a las organizaciones integrar los esfuerzos de comunicación que, de otro modo, estarían fragmentados y desconectados. Esto les permite crear y difundir todo tipo de mensajes que, aunque difieran en contenido, forma e incluso finalidad, son coherentes en un todo absoluto.

Esta consistencia resultante puede incluso servir como un eco que refuerce aún más el mensaje de la organización, la empresa e incluso la marca, como mínimo, siempre ayuda a prevenir y evitar mensajes confusos y conflictivos que a menudo se generan cuando se trabaja con diferentes objetos en diferentes plataformas.

Constelación de ideas de la Variable Dependiente

Gráfico No. 3



Elaborado por: Henry Vásquez
Fuente: Bibliografía

Fundamentación teórica de la Variable

Dependiente Imagen corporativa

Sordo (2021) afirma que la imagen corporativa es un conjunto de creencias y opiniones de los consumidores y el público sobre una marca o empresa, es decir, las percepciones que han desarrollado a partir de los productos o servicios de la empresa y la comunicación externa. En definitiva: la imagen corporativa es la importancia de la empresa en la sociedad.

Además, dice que la relación (positiva o negativa) que las personas, consumidores o no, establecen con una marca dependen de sus atributos, beneficios y relaciones con la sociedad y el medio ambiente. A fines del siglo XX, la influencia de las corporaciones en estas áreas comenzó a tomar importancia, por lo que las responsabilidades y valores de las empresas fueron tomados en cuenta por el público.

En este caso, la imagen corporativa será aquella que muestra la institución hacia el público, con el objetivo de difundir una nueva imagen basada en la resignificación del idioma kichwa como una lengua ancestral que forma parte de un registro histórico de una cultura entera, además de un planteamiento diferente de creencias en todos los niveles de la Unidad Educativa Huayna Cápac.

Identidad corporativa

Como menciona Gabriel (2019) la identidad corporativa es un conjunto de valores que conforman la cosmovisión de la empresa, sus principios, sus últimas prácticas de marketing, su lugar en diferentes situaciones y la imagen que la empresa quiere construir de sí misma. La identidad corporativa de una empresa va más allá de la apariencia física, está ligada a importantes aspectos culturales y organizativos de la institución.

Es un aspecto fundamental para las empresas de todos los tamaños y segmentos en lo que se refiere a las relaciones con empleados y clientes. La identidad, más allá del biotipo, es quién es una persona, sus valores, cómo se relaciona con los demás y cómo se comporta en diferentes situaciones.

Cuando la identidad corporativa representa los elementos básicos y visuales que componen un negocio, ese comportamiento debe estar claramente definido para que los clientes, socios y empleados, sepan qué esperar del negocio.

Las empresas que lideran la discusión, pero en realidad actúan en la dirección opuesta pueden generar desconfianza pública, por lo tanto, la marca es importante en la elaboración de un mensaje fuerte que mostrará al público qué esperar de la empresa. Con la creación de una identidad corporativa, se afecta de manera directa o indirecta a las áreas de la institución, por lo tanto, existen dos puntos a destacar que son fundamentales al establecer nuevos cambios.

Comunicación interna

La comunicación interna es la información que se transmite al público dentro de la empresa, es decir, a los trabajadores y empleados, independientemente de su rango en la organización. Su nacimiento se relaciona con la necesidad de las empresas de motivar a sus empleados, integrarlos en la propia organización e impulsarlos a incorporarse a la empresa, en definitiva, se trata de fortalecer la relación entre la empresa y los empleados. Y con empleados activos, la empresa puede ser más competitiva y eficiente.

También es fundamental considerar que existen dos tipos de comunicación interna la descendiente y ascendiente. La comunicación empieza y desciende de los altos ejecutivos o gerentes a los empleados de nivel inferior, por el contrario, la comunicación

ascendente ocurre cuando comienza desde abajo y llega a los gerentes o empleados en la parte superior de la jerarquía de la empresa.

La comunicación interna debe asegurar que, además de condicionar la identidad visual, las formas de exposición del empleado, como entrevistas, informes internos, tabloneros de anuncios, revistas, etc., sean comunicadas con el significado deseado en el lenguaje adecuado.

Comunicación externa

La comunicación externa es la relación que existe entre la empresa y todos los actores externos pero asociados, como por ejemplo los clientes, proveedores, clientes potenciales, público interesado en la marca, acreedores, socios comerciales, entre otros, el objetivo es compartir información, lo que significa informar, tanto si se trata de noticias de la propia empresa, como de sus productos, servicios o comunicaciones en particular.

Como menciona Gabriel (Gabriel, 2019) uno de los principales mecanismos de comunicación externa es el gabinete de prensa, que se encarga de gestionar toda la información de la empresa a disposición de los medios, como notas de prensa o entrevistas, las relaciones públicas, a través de eventos, seminarios o presentaciones, el objetivo es crear y mejorar una imagen de marca positiva. La web de la compañía es otra herramienta imprescindible, al igual que sus redes sociales.

A través de estos, las organizaciones pueden mantener informado al público de sus operaciones diarias, en los tiempos que corren es necesario utilizar estrategias online, marketing de contenidos, estrategias de conversión, email marketing, con este último puedes lanzar diferentes tipos de mensajes: más persuasivos, informativos, comerciales y de fidelización.

En el caso de que la comunicación externa llegue al público objetivo, socios y audiencia, ya sea a través de los consejos de prensa, publicidad, sitios web, redes sociales y similares, la importancia de mantener la coherencia con su identidad corporativa también es importante.

Marca

Cuando se desarrolla una identidad corporativa, se deben tener claros algunos de los conceptos que se quieren transmitir: quién es la empresa, qué ofrece y cuáles son sus valores. Estas características de la empresa son inventadas, y por lo tanto no necesariamente se corresponden con quien está detrás de ellas.

Como Roldán (2016) menciona que una marca es la identificación dentro del comercio, que tienen los bienes o servicios que ofrece una compañía y con la cual se puede diferenciar de los otros competidores que se encuentran en el mercado, cabe señalar que una marca tiene valor por sí misma y no está necesariamente relacionada con las características del producto (por ejemplo, calidad, ingredientes, preparación, objetivos, entre otros).

Una marca es muchas veces la idealización de un producto o servicio, una idea que debe ser inculcada en la mente de los consumidores para poder asociar determinados deseos o atributos a una determinada empresa. Por ejemplo, Apple se asocia con calidad, innovación, libertad, cierto estatus social, etc.

Fundamentación legal

La presente investigación se sustentará en:

Artículos de la Constitución Nacional del Ecuador 2008 que promueve la igualdad de oportunidades y la interculturalidad.

Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de República y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado: 1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Art. 10.- Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017

El objetivo 4.8 propone impulsar la interculturalidad como eje articulador del modelo pedagógico y del uso del espacio educativo. En concordancia con lo estipulado en la Ley Orgánica de Educación Superior define principios y garantiza el derecho a una educación superior de 19 calidad, al acceso universal, la permanencia, movilidad y egreso, sin discriminación alguna. (SENESCYT, 2015)

Fundamentación Georreferencial

El presente trabajo de investigación “Estrategias de comunicación para la práctica del idioma ancestral (kichwa) en niños de educación básica de la comunidad Angahuana-parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, periodo diciembre 2021 – marzo 2022” se llevará a cabo en la Unidad Educativa Huayna Cápac que se encuentra en la parroquia de Santa Rosa del cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

Ubicación geográfica del proyecto de titulación

Gráfico No. 4



CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la investigación

El presente proyecto tiene como objetivo principal determinar estrategias comunicacionales para mejorar la enseñanza del idioma kichwa en la Unidad Educativa Huayna Cápac de los niños de educación básica, para lo cual se deberá recolectar datos utilizando el método cuantitativo y cualitativo.

El cuantitativo, según Otero (2018) tiene como finalidad explicar un fenómeno conforme el uso de un proceso riguroso que da como resultado un nuevo conocimiento, y del que utiliza análisis estadísticos a partir de mediciones numéricas con base al establecimiento de una hipótesis, es así que dentro de la investigación sirve de base para identificar mediante datos estadísticos estrategias de comunicación para la práctica del kichwa en el grupo de estudiantes abordado.

El cualitativo, de acuerdo a Cárdenas (2018) indaga sobre la experiencia de los participantes de la investigación, cuyo análisis se realiza en palabras o imágenes sobre comportamientos observados, registros, fuente directa de personas, entre otros. Conforme a lo expuesto, el enfoque se efectúa en las mismas preguntas de investigación dejando algunas de ellas para que los estudiantes puedan desenvolverse, y así conocer la calidad de la educación, y el trato en kichwa en la Unidad Educativa.

Tipo de investigación

Descriptiva

Permite conocer sobre las estrategias comunicacionales que se ha planteado en la institución, dentro y fuera del aula de clase, además esta investigación permitirá describir

datos estadísticos que aportarán en el diseño de una propuesta comunicativa para la Unidad Educativa Huayna Cápac.

De Campo

Es un estudio de observación que permitirá acudir al lugar de los hechos de forma directa, mediante la aplicación de encuesta ayudará a determinar los problemas que existen en la Unidad Educativa.

Bibliográfica o Documental

Para esta investigación será necesario hacer una recolección de información de las siguientes fuentes: proyectos, revistas, páginas web, libros, artículos, que tengan relación con el tema, de esta manera se podrá profundizar y ahondar en la problemática del porque se está perdiendo el idioma kichwa.

Métodos

Deductivo

Se tomará en cuenta los conceptos de lo más general a lo más específico, para así llegar a un adecuado análisis del problema investigativo, con la aplicación de este método se podrá realizar un correcto manejo de las encuestas para realizar una recolección de datos acertada.

Histórico-Lógico

Se realiza un análisis previo para contextualizar el estado organizacional de la Unidad Educativa y sobre cómo se percibe el kichwa con el paso del tiempo, brindando datos que ayudan a plantear nuevas estrategias comunicacionales para la práctica del idioma.

Científico

Contextualizará las teorías que fundamentan el proyecto, facilitando la interpretación de ideas mediante resultados expuestos por expertos sobre ambas variables, para que los resultados de la misma sean confiables.

Analítico

Por medio de este método se podrá profundizar en las estrategias comunicativas que existen en la Unidad Educativa Huayna Cápac, con respecto a la información que se maneja en kichwa y sobre cómo se maneja el idioma al momento de educar a los estudiantes, es así que se podrá identificar los aciertos y errores durante ese proceso comunicativo.

Comparativo

Se utiliza para ejecutar un proceso análogo con otras investigaciones relacionadas a la práctica del idioma kichwa en centros educativos, y enfocadas al aporte que la comunicación otorga al campo de la educación.

Técnicas e instrumentos de investigación

Ficha de Observación

Se utiliza para recolectar datos que son parte del tema de investigación, permitiendo conocer sobre las actividades comunicacionales y las estrategias de comunicación que utilizan para la enseñanza y el uso del kichwa en la Unidad Educativa Huayna Cápac, específicamente en estudiantes de educación básica.

Encuesta

Serán aplicadas a los estudiantes de educación básica de la Unidad Educativa Huayna Cápac, mediante un banco de preguntas previamente analizadas que permite obtener resultados reales para la investigación.

Universo y muestra

Universo

Es el grupo de personas y objetos sobre los que se desea obtener información junto a los diferentes métodos de recolección de datos. Este universo puede incluir tanto personas, animales o cosas (como registros y datos). Para esta investigación se utiliza como principal población de estudio a los estudiantes de la Unidad Educativa Huayna Cápac.

Muestra

Es el subconjunto del universo estudiado que se determina por medio de una fórmula permitiendo saber el número de personas a las cuales se va aplicar las encuestas, es por ello que fue necesario realizar la siguiente formula:

$$n = \frac{M}{e^2 * (M - 1) + 1}$$

$$n = \frac{300}{(0.05)^2 * (300 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{300}{(0.0025) * (299) + 1}$$

$$n = \frac{300}{0.7475 + 1}$$

$$n = \frac{300}{1.7475}$$

$$n = 170$$

Dónde:

n: la muestra

M: el universo

e: error muestral (0,05)

Entonces:

n: 170

M: 300

e: error muestra (0,05)

Procesamiento de la Información

La información obtenida de las encuestas a realizar, será tabulada en el programa de Microsoft Excel, debido a la necesidad de generar resultados certeros y tener información necesaria para hacer un análisis e interpretación de los datos, de esta manera, estas nuevas interpretaciones pueden ser utilizada como fuentes informativas que aportarán a los análisis y resultados para los proyectos venideros.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis, interpretación y discusión de resultados

Encuestas a estudiantes de educación básica de la Unidad Educativa Huayna Capac.

Datos informativos

¿En qué grado está?

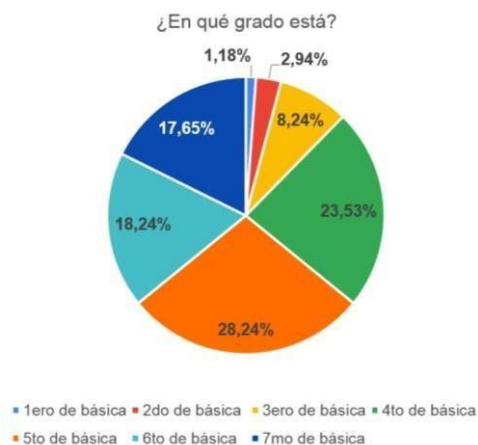
Tabla N° 2

	Frecuencia	Porcentaje
1ero de básica	2	1,18%
2do de básica	5	2,94%
3ero de básica	14	8,24%
4to de básica	40	23,53%
5to de básica	48	28,24%
6to de básica	31	18,24%
7mo de básica	30	17,65%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásquez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 5



Elaborado por: Henry Vásquez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Los estudiantes de educación básica con mayor rango encuestados es en 5to año con 28,24% seguido por 4to, 6to y 7mo año con 23.53%, 18,24% y 17,65% respectivamente; mientras que una minoría se halla en 1ero, 2do y 3er año de educación con 1,18%, 2.94% y 8.24% individualmente.

Interpretación: De las encuestas obtenidas, se puede observar que los niveles superiores son de mayor porcentaje que presentan en el 4to, 5to, 6to y 7mo año de educación básica; por otra parte, los estudiantes en menor proporción son aquellos que se encuentran en los primeros años de educación básica 1ero, 2do y 3ero.

Edad

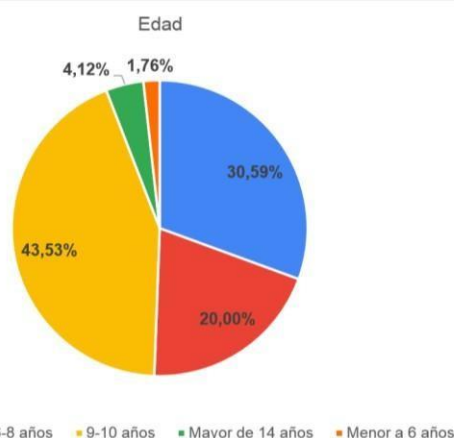
Tabla N° 3

	Frecuencia	Porcentaje
11-13 años	52	30,59%
6-8 años	34	20,00%
9-10 años	74	43,53%
Mayor de 14 años	7	4,12%
Menor a 6 años	3	1,76%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásquez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 6



Elaborado por: Henry Vásquez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: De las 170 personas encuestadas, 52 están en el rango de 11 a 13 años, así mismo 34 personas se centran en las edades de 6 a 8, 74 tienen de 9 a 10 años, 7 están mayor a 14 y 3 tienen menos de 6 años.

Interpretación: En relación a lo manifestado, es importante mencionar que las personas que forman parte de la muestra de estudio, son mayores a los 9 años, en su mayoría oscilan entre 9 a 13 años, pero los rangos de edad de los encuestados serán tomados en cuenta al momento de diseñar estrategias comunicacionales.

Género

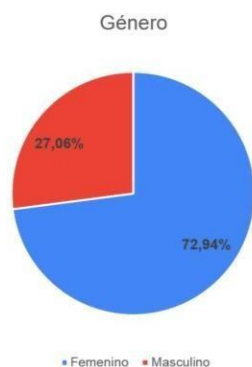
Tabla N° 4

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	124	72,94%
Masculino	46	27,06%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásquez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N°7



Elaborado por: Henry Vásquez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: El mayor rango es de género femenino que tiene un porcentaje de 72,94%, mientras que la relación del género masculino se encuentra en 27,06%.

Interpretación: Se adquirió el 100% de las personas encuestadas, estos datos dan a conocer que el universo de la escuela Huayna Cápac tiene la mayor parte mujeres que hombres.

Inicio de la encuesta:

1. ¿Con qué frecuencia habla el idioma kichwa en su hogar?

Tabla N° 5

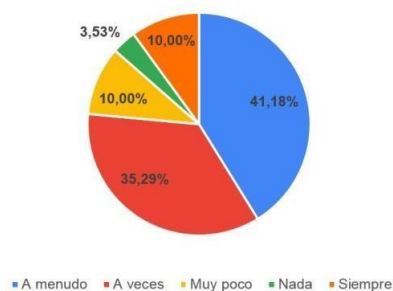
	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	17	10,00%
A veces	60	35,29%
A menudo	70	41,18%
Muy poco	17	10,00%
Nada	6	3,53%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 8

Pregunta 1
¿Con qué frecuencia habla el idioma kichwa en su hogar?



Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Contando con 170 estudiantes, de la cual 70 alumnos afirman que hablan idioma kichwa “a menudo”; 60 de los encuestados, “a veces”; 17 personas dicen que hablan “muy poco” kichwa y en sus hogares; 6 no hablan kichwa en casa; y 17 personas lo hacen siempre.

Interpretación: En la evaluación de las encuestas es importante recalcar el uso del kichwa en los hogares de los estudiantes, ya que se observa que una gran parte del porcentaje de los datos obtenidos se afirma que no es un uso frecuente el kichwa, por lo tanto, que varios estudiantes de la unidad Educativa Huayna Cápac no practican su lengua natal desde los hogares. Son pocos los que utilizan siempre el kichwa, debido a la inclusión de otros idiomas, como el español, que es parte de las familias de la comunidad.

2. ¿Con qué frecuencia habla el idioma kichwa en la Unidad Educativa?

Tabla N° 6

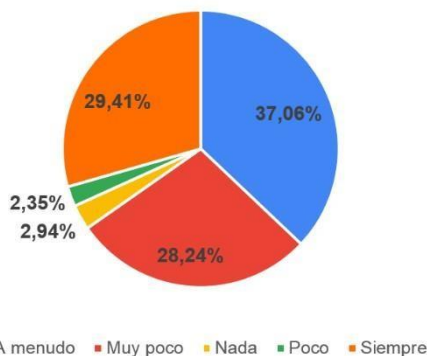
	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	50	29,41%
A menudo	63	37,06%
Poco	4	2,35%
Muy poco	48	28,24%
Nada	5	2,94%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 9

Pregunta 2
¿Con qué frecuencia habla el idioma kichwa en la Unidad Educativa?



Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Se observó que 63 personas de las 170 manifiestan hablar kichwa a menudo, 50 de este grupo comentan que siempre hablan kichwa, y 48 afirman que muy poco; mientras que son 9 personas que hablan poco o nada de kichwa.

Interpretación: Las encuestas realizadas, se puede conocer cómo el uso del kichwa dentro de las instalaciones de la Unidad Educativa Huayna Cápac. Se prestar atención que un porcentaje muy alto de estudiantes hablan siempre o a menudo kichwa, mientras que una tercera parte del pastel de gráfico afirma que habla muy poco el kichwa. Se entiende, por lo tanto, que los estudiantes se desenvuelven más dentro de la institución, pero que aún no hay un fortalecimiento total del uso del kichwa.

3. ¿Dónde aprendió el kichwa?

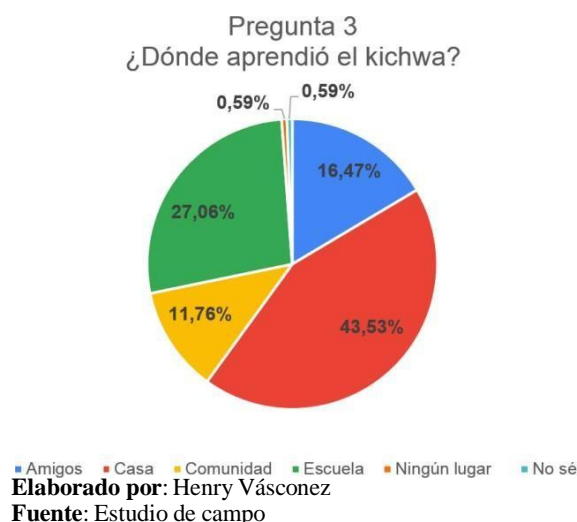
Tabla N° 7

	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	28	16,47%
Casa	74	43,53%
Comunidad	20	11,76%
Escuela	46	27,06%
Ningún lugar	1	0,59%
No sé	1	0,59%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 10



Análisis: Con 74 personas en total de estudiantes encuestados comentan que aprendieron kichwa en casa, afirman que 46 fue en la escuela donde aprendieron el idioma, 28 dicen aprenderlo por amistades mientras que 20 personas han aprendido kichwa en la comunidad. Son dos las personas que no han aprendido en ningún lugar o no saben dónde lo aprendieron

Interpretación: Se puede observar que la mejor fuente de enseñanza es por medio del hogar y en la escuela, ya que un gran porcentaje lo ha aprendido en estos lugares, mientras que otros estudiantes han aprendido por otros medios, como amigos o comunidad. Se puede optar por formas conjuntas de aprendizaje, ya sea entre el hogar y la escuela, además de reforzarlo en comunidad.

4. ¿Cada cuánto tiempo escuchan o leen información sobre la institución en el idioma kichwa?

Tabla N° 8

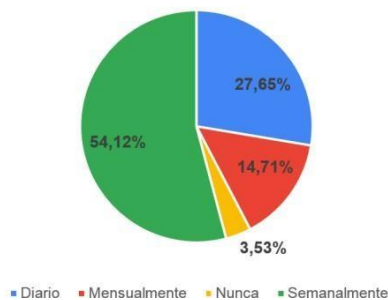
	Frecuencia	Porcentaje
Diario	47	27,65%
Semanalmente	92	54,12%
Mensualmente	25	14,71%
Nunca	6	3,53%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N°11

Pregunta 4
¿Cada cuánto tiempo escuchan o leen información sobre la institución en el idioma kichwa?



Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Los estudiantes de la Unidad Educativa, leen o escuchan información sobre la institución en el idioma kichwa semanalmente, según manifiestan 92 estudiantes y 47 de los 170 afirman que lo hacen de manera diaria, mientras que 25 dicen que mensualmente, y finalmente, 6 estudiantes dicen nunca haber escuchado o leído información en kichwa sobre la institución.

Interpretación: En cuanto a la información no hay opiniones constantes entre el alumnado, debido a que no saben cuándo se difunde información sobre la institución en kichwa. El 54,12% de la comunidad afirma que es algo semanal, mientras que el resto del alumnado difiere en sus respuestas e incluso algunos dicen nunca haberlo escuchado o leído.

5. ¿Qué tan seguido habla kichwa en clases?

Tabla N° 9

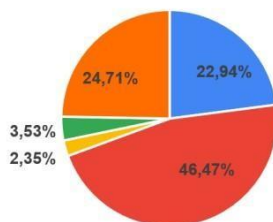
	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	79	46,47%
Siempre	42	24,71%
A veces	39	22,94%
Rara vez	6	3,53%
Nunca	4	2,35%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 12

Pregunta 5
¿Qué tan seguido habla kichwa en clases?



■ A veces ■ Casi siempre ■ Nunca ■ Rara vez ■ Siempre

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: El 79 personas de las 170 afirman hablar casi siempre kichwa en clases, 42 de los encuestados comentan que se habla siempre el idioma en clases, 39 dicen que a veces lo hacen. Por otra parte 10 estudiantes dicen que no hablan kichwa nunca o rara vez se habla en ese idioma en clase

Interpretación: De los encuestados se puede observar que dentro del aula de clase el hablar kichwa es muy usual y frecuente. Muchos de los estudiantes afirman hablar este idioma en clase, debido a que muchas de las materias enseñadas son en kichwa, por lo que tanto el docente como los alumnos hablan en kichwa. Apenas un porcentaje mínimo del 6% de estudiantes afirma no hablar kichwa dentro del aula de clase.

6. ¿Qué medio de comunicación considera que es el adecuado para dar a conocer el idioma kichwa actualmente?

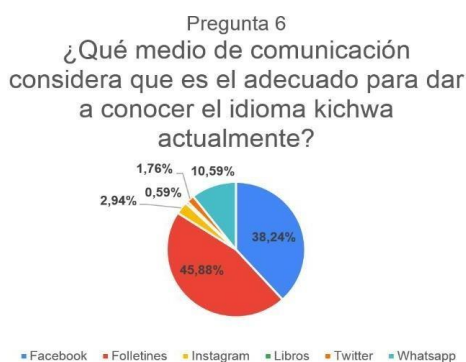
Tabla N° 10

	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	65	38,24%
Folletines	78	45,88%
Instagram	5	2,94%
Libros	1	0,59%
Twitter	3	1,76%
WhatsApp	18	10,59%
Total general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 13



Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: De las 170 personas que fueron encuestadas, 78 manifiestan que el mejor medio para conocer el idioma kichwa son los folletines, 65 personas dicen que la red social Facebook es una buena opción, 18 creen que por medio del servicio de mensajería WhatsApp, 5 responden que Instagram, 3 dicen que por Twitter y apenas una persona dice que por libros.

Interpretación: Como se puede observar, el mayor porcentaje de estudiantes encuestados afirma que los folletines son la mejor forma de conocer el idioma kichwa y otros manifiestan que Facebook es la red social que debería ser utilizada para esas finalidades. Esto da como resultado que, si la información es utilizada de una manera acertada, puede ser difundida con rapidez dentro de la comunidad educativa.

7. ¿Qué tanto considera que los medios de comunicación señalados anteriormente pueden ayudar a mejorar la práctica del idioma kichwa en la Unidad Educativa Huayna Capac?

Tabla N° 11:

	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	59	34,71%
Mucho	67	39,41%
Muy poco	38	22,35%
Poco	4	2,35%
Nada	2	1,18%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 14



Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Con relación a la pregunta previa, 67 estudiantes creen que la difusión en alguno de los medios de comunicación anteriormente mencionados, podrán mejorar mucho la práctica del idioma kichwa dentro de la Unidad Educativa; también, 59 personas dicen que ayudaría bastante el aprendizaje por estos medios. Mientras que 38 personas creen que ayudaría muy poco a practicar el idioma, otros 6 creen que ayudaría poco o nada

Interpretación: Gran parte de la comunidad educativa considera que el uso de las anteriores propuestas comunicacionales puede ayudar a una mejora en la práctica del idioma kichwa en la Unidad Educativa, lo que se entiende que muchos de los estudiantes aceptarían nuevas formas de recibir información de parte del personal de la institución.

8. ¿Considera importante la preservación del idioma kichwa dentro de la Unidad Educativa?

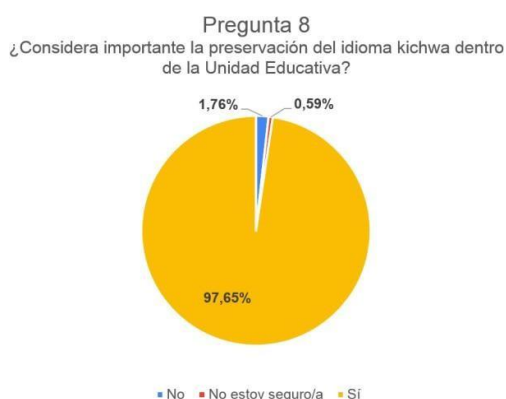
Tabla N° 12

	Frecuencia	Porcentaje
No	3	1,76%
No estoy seguro/a	1	0,59%
Sí	166	97,65%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 15



Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Con relación a la preservación del idioma kichwa dentro de la Unidad Educativa 166 personas afirman que es importante, 3 personas manifiestan que el kichwa es una lengua que no es importante dentro del aprendizaje de los estudiantes, y una persona manifiesta que no está segura sobre la relevancia del idioma dentro de la Unidad Educativa.

Interpretación: Se observa en el gráfico N. 15, una gran parte de los estudiantes manifiesta la conformidad e importancia que radica la lengua kichwa en la vida estudiantil; mientras que existe un porcentaje mínimo del 1,76% que opina lo contrario. Por lo tanto, se puede entender lo satisfechos que se encuentran los estudiantes con el uso del kichwa dentro de las instalaciones del aula de clase.

9. Si respondió afirmativamente la pregunta 8 ¿por qué?

Tabla N° 13

	Frecuencia	Porcentaje
Ayuda a practicar el idioma desde sus bases	33	19,41%
Mejora la comprensión del idioma	5	2,94%
Para conocer el idioma	27	15,88%
Para no perder el conocimiento de la lengua ancestral	105	61,76%
Total, general	170	100%

Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Gráfico N° 16

Pregunta 9
Si respondió afirmativamente la pregunta 8 ¿por qué?



Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Con respecto a la pregunta anterior, se quiso conocer las razones por las que se considera importante la preservación del idioma kichwa en la unidad Educativa, a lo que 105 personas firmaron que es fundamental que no se pierda el conocimiento de la lengua ancestral, 33 personas dicen que sirve como práctica desde la parte básica de la gramática, 27 de los encuestados dicen que su importancia se fundamenta por el conocimiento del idioma y otras 5 personas afirman que sirve para comprender mejor el idioma.

Interpretación: en este caso, las respuestas del por qué es importante el idioma kichwa en la institución han sido distintas, pero gran parte del alumnado cree que el conocer la lengua ancestral y no perder ese conocimiento es razón suficiente para continuar aprendiendo kichwa, otros manifiestan que desean aprender el idioma desde la base del mismo así como una mejora por medio de la práctica, ya que como se supo anteriormente, los estudiantes hablaban más kichwa dentro de la Unidad Educativa que fuera de ella.

Discusión de Resultados

Con los resultados obtenidos de la tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes de la sección básica de la Unidad Educativa Huayna Cápac, se obtiene que:

Los estudiantes afirman hablar kichwa no solo en sus hogares, sino que la institución ha abierto paso a una enseñanza bilingüe donde los estudiantes han sabido mejorar sus rendimientos en el aprendizaje de la lengua dentro de la Unidad Educativa, así como reforzar esos conocimientos en otros lugares fuera de la institución, se conoce, por lo tanto, que, si bien el trabajo académico funciona como una forma de difusión de la lengua, también es necesario dar paso a nuevos espacios fuera del área educativa.

Los encuestados manifiestan sobre cómo el idioma kichwa ha sido utilizado para la difusión de la información de la Unidad Educativa, pese a que muchos de ellos tuvieron concordancia con una publicación o conversatorio semanal, algunos estudiantes diferían en esa respuesta, las razones pueden variar; sin embargo, se cree que la Unidad Educativa no ha utilizado las herramientas adecuadas para la difusión de la información de la comunidad académica. Por esta razón, se propone el folleto como el medio ideal para que la información llegue a cada persona.

Además de ello, ahora se conoce que los estudiantes tienen un gran sentido de pertenencia con respecto al idioma, ya que muchos de ellos afirmaron que la importancia de continuar con un aprendizaje bilingüe es para no perder el conocimiento de la lengua ancestral, como se puede observar, todos los estudiantes que desean mantener el idioma, lo hacen para que las nuevas generaciones puedan conocerlo y no quede como una lengua muerta.

Se conoce que la Unidad Educativa maneja algunas materias en kichwa, por esta razón, los estudiantes desean una prevalencia por el conocimiento desde las bases del idioma. Se asume que dentro de la comunidad o en casa, se ha ido pasando el conocimiento sobre las costumbres que llegan de la mano con la lengua; pero el complemento académico es fundamental para que estos conocimientos se mantengan desde los estudiantes más pequeños a los más grandes.

Por estos motivos, es importante proponer estrategias comunicacionales para que el idioma se mantenga, basándose en las nuevas tecnologías que han sido sugeridas, así como el conocimiento de los antecedentes tanto del aprendizaje de los estudiantes, como del manejo de la Unidad Educativa desde la perspectiva del grupo de estudio aplicado.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Datos informativos:

- **Título de la propuesta:**

Estrategias de comunicación educativa para el fortalecimiento de la práctica del idioma kichwa.

- **Público objetivo:**

Estudiantes de Educación Básica de la Unidad Educativa Huayna Cápac.

- **Área:**

Comunicación Organizacional

- **Institución responsable:**

Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, Carrera de Comunicación.

Ubicación:

Provincia de Bolívar, cantón Guaranda

- **Dirección:**

Alpachaca, avenida Che-Guevara

- **Autor de la propuesta:**

Vásconez Peñafiel Henry Marcelo

- **Tutor académico:**

MGS. Marcelo Barriga

- **Beneficiario:**

Estudiantes de Educación Básica de la Unidad Educativa Huayna Capac.

- **Tiempo estimado de realización:**

5 meses

Antecedentes

Las estrategias comunicacionales han surgido a raíz que las nuevas generaciones utilizan nuevas herramientas de comunicación para compartir la información de manera precisa acorde a la mentalidad actual de las personas, por este motivo, las estrategias de comunicación nacen ante la necesidad de vender un servicio o producto, por medio de una serie de aspectos comunicativos (Rockcontent, 2019).

Una vez establecida la estrategia comunicacional es necesario revisarla periódicamente para comprobar su eficacia y en casi contrario reconocer el fallo y hacer un cambio en la forma que se vende el producto, es necesario determinar que las estrategias comunicacionales utilizan diferentes herramientas que permiten no solo la venta del servicio producto, sino que afianzan el reconocimiento de la marca por medio de lo que la misma empresa muestra de ella (Jaramillo, 2020).

De acuerdo con lo que dicen los autores las estrategias nacen específicamente para vender un producto o servicio, entonces sirven para cumplir con los objetivos trazados, trata de hacer llegar el mensaje a la persona (o audiencia) a través del canal más adecuado.

La comunicación estratégica nos ayuda a difundir la información de forma asertiva, logrando así llegar al público objetivo, evitando que se convierta en información que desaparece con el tiempo, también nos ayuda a definir claramente hacia dónde queremos ir, administrar nuestro tiempo y priorizar recursos limitados.

Justificación

De acuerdo a los resultados obtenidos se resolvió la necesidad de diseñar un Plan Estratégico, donde se establezca las actividades y productos comunicacionales que se va a utilizar para incentivar la práctica del idioma kichwa en los niños, además también establecer las formas y medios de comunicación por los cuales van hacer difundida la información.

La **importancia** de esta propuesta es rescatar la lengua ancestral de la comunidad, para generar en los niños el sentido de pertenencia y orgullo por sus raíces, con productos dinámicos y la colaboración tanto del alumnado como del personal docente y administrativo.

La **utilidad** del plan radica en proporcionar estrategias que fortalezcan el aprendizaje del idioma kichwa, donde los estudiantes sientan motivación con nuevas fórmulas y métodos de aprendizaje, para que mantengan su lengua de generación tras generación.

Realizar un Plan Estratégico de Comunicación es una **necesidad** ya que no existe algo similar para el aprendizaje del idioma y evitar que en años futuros la lengua ancestral desaparezca definitivamente.

Esta propuesta es **factible** aplicar en la institución ya que se cuenta con los resultados de la investigación, además la institución tiene el personal humano y la tecnología adecuada.

El **impacto** que se obtendrá con este Plan Estratégico, será una adecuada difusión del idioma kichwa, donde se rescate la importancia y valor que tiene la lengua, porque no todos tienen el privilegio hablarla y escribirla.

Objetivos

General

Diseñar una propuesta de Comunicación Educativa para el fortalecimiento de la práctica del idioma kichwa en estudiantes de Educación Básica de la Unidad Educativa Huayna Cápac.

Específicos

- Elaborar Estrategias de Comunicación que fortalezcan la práctica del idioma kichwa en el entorno familiar y social.
- Identificar los medios de comunicación digitales con los que se va a trabajar para la difusión del idioma kichwa.
- Realizar ferias ciudadanas o culturales para el fortalecimiento del idioma kichwa.

Análisis de factibilidad

La presente propuesta es factible ya que previamente se ha llevado a cabo un diagnóstico de las necesidades comunicacionales del centro educativo sobre la práctica del idioma kichwa, lo que facilitó la elaboración de objetivos puntuales y, con ello, estrategias de comunicación aplicables para la Unidad Educativa; donde las actividades a ejecutarse no conllevan una mayor inversión.

Operativa

La elaboración de la propuesta si cuenta con el apoyo de las autoridades de la Unidad Educativa Huayna Cápac como de los padres de familia.

Tecnológica

Los recursos materiales requeridos son el uso de internet desde el apoyo de la red social Facebook e Instagram para la práctica en comunidad del idioma kichwa, así mismo, un computador completo y máquina de impresión para el diseño de un afiche y folleto.

Presupuesto

El Centro Educativo cuenta con recursos necesarios para el área de comunicación.

Desarrollo del Plan estratégico de comunicación

Misión

Fortalecer la práctica del idioma kichwa en los niños de Educación Básica, dentro y fuera de la Unidad Educativa, con estrategias de comunicación eficientes, de calidad e innovadoras.

Visión

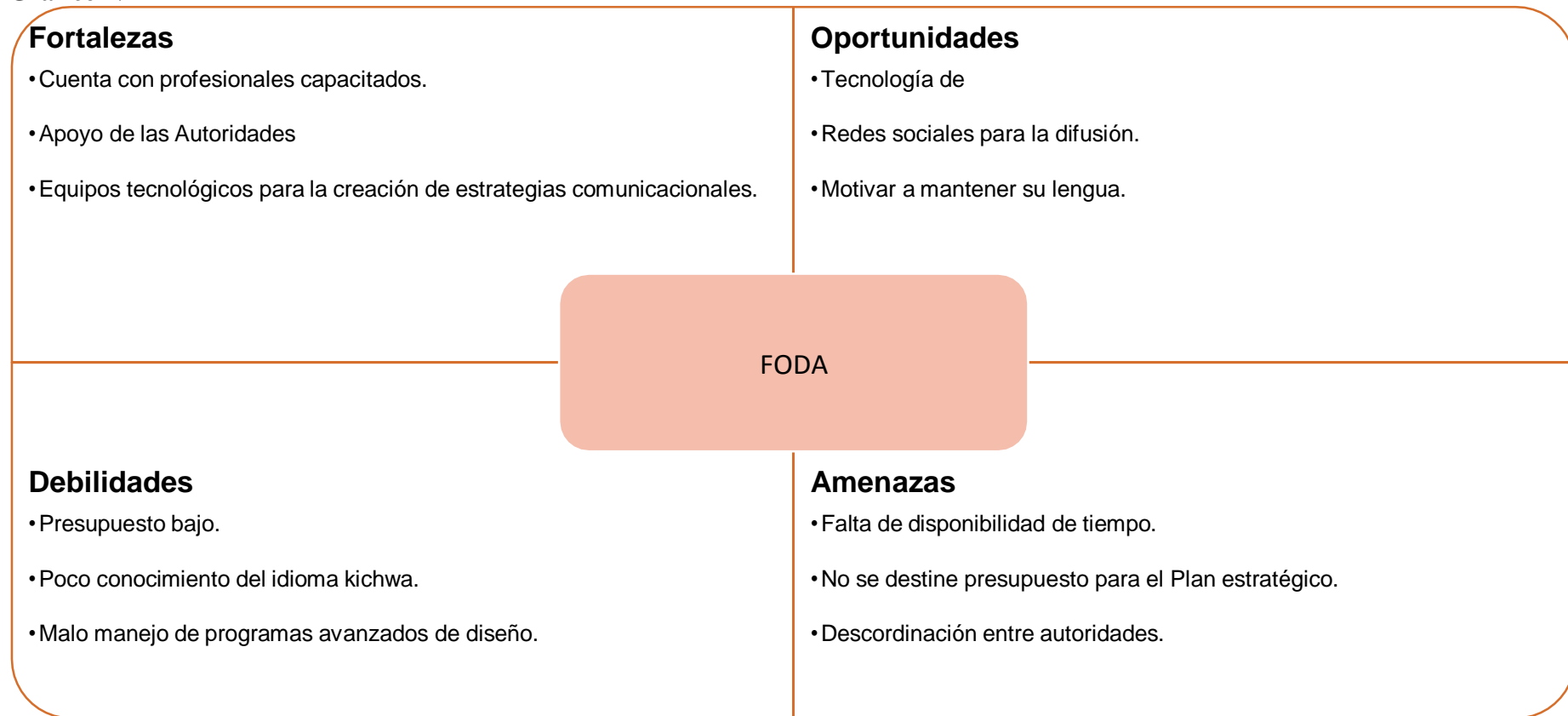
Niños orgullosos y seguros de hablar su lengua en cualquier parte que se encuentren, generando la inclusión e igualdad de condiciones tanto en lo social yeconómico.

Valores

- Honestidad
- Transparencia
- Respeto
- Lealtad
- Creatividad
- Puntualidad
- Compromiso
- Actitud positiva

Análisis FODA

Gráfico N° 17



Elaborado por: Henry Vásconez

Fuente: Estudio de campo

Plan

Estratégico

Objetivo General: Diseñar una propuesta de Comunicación Educativa para el fortalecimiento de la práctica del idioma kichwa en estudiantes de Educación Básica de la Unidad Educativa Huayna Cápac.

Objetivo 1: Elaborar Estrategias de Comunicación que fortalezcan la práctica del idioma kichwa en el entorno familiar y social.

Estrategias	Acciones	Actividades	Presupuesto	Indicadores	Responsables	Cronograma				
						Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb
Creación de productos comunicacionales que fortalezcan el aprendizaje del idioma kichwa.	Diseño de afiche	-Definir los colores. -Logotipo. -Tipografía. -Contenido.	\$ 30.00	Afiches elaborados.	Estudiante de la Universidad Estatal de Bolívar de la Carrera de Comunicación y la Institución.					
	Diseño de un folleto didáctico para la práctica del idioma kichwa.	-Establecer la línea gráfica. -Tipografía. -Eslogan. -Imagen. -Contenido.	\$ 510.00	Folleto realizados.	Estudiante de la Universidad Estatal de Bolívar de la Carrera de Comunicación y la Institución.					

Objetivo 2: Identificar los medios de comunicación digitales con los que se va a trabajar para la difusión del idioma kichwa.										
Estrategias	Acciones	Actividades	Presupuesto	Indicadores	Responsables	Cronograma				
						Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb
Elaboración de plataformas digitales para la difusión del idioma kichwa.	Crear una fan-page de la institución.	-Definir el público objetivo. -Logo. -Slogan. -Contenido.	\$ 00.00	Número de seguidores y like alcanzados.	La Institución.					
	Abrir una cuenta de Instagram.	-Seguir la línea grafica de Facebook	\$ 00.00	Número de seguidores y like alcanzados.	La Institución.					
Objetivo 3: Realizar ferias ciudadanas o culturales para el fortalecimiento del idioma kichwa.										
Estrategias	Acciones	Actividades	Presupuesto	Indicadores	Responsables	Cronograma				
						Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb
	Hacer ferias culturales donde participen los niños de la localidad.	-Gestionar recursos. -Contratar carpa. -Amplificación.	\$ 150.00	-Videos de las ferias. -Fotografías. -Informe. -Documentos de gestión. -Proformas.	La Institución.					

Implementar actividades didácticas y recreativas que incentiven a los niños a mantener el idioma ancestral kichwa.		-Entrega de afiches, folletos.								
	Establecer juegos dinámicos que fomenten el idioma kichwa.	-Preparar los juegos, mensajes. -Gestionar presupuesto. -Contratar carpas y amplificación	\$ 150.00	-Fotografías del evento. -Videos -Proformas -Facturas -Informe.	La Institución.					
	Ejecutar talleres didácticos que fortalezcan la práctica del idioma.	-Elaborar un plan de actividades. -Gestionar el material didáctico. -Proforma para contratar a la persona que va a realizar los talleres.	\$ 50.00	-Videos. -Fotografías -Informe -Facturas	La Institución.					

Elaborado por: Henry Vásquez

Fuente: Estudio de campo

Productos Comunicacionales

Afiche

Gráfico No. 19



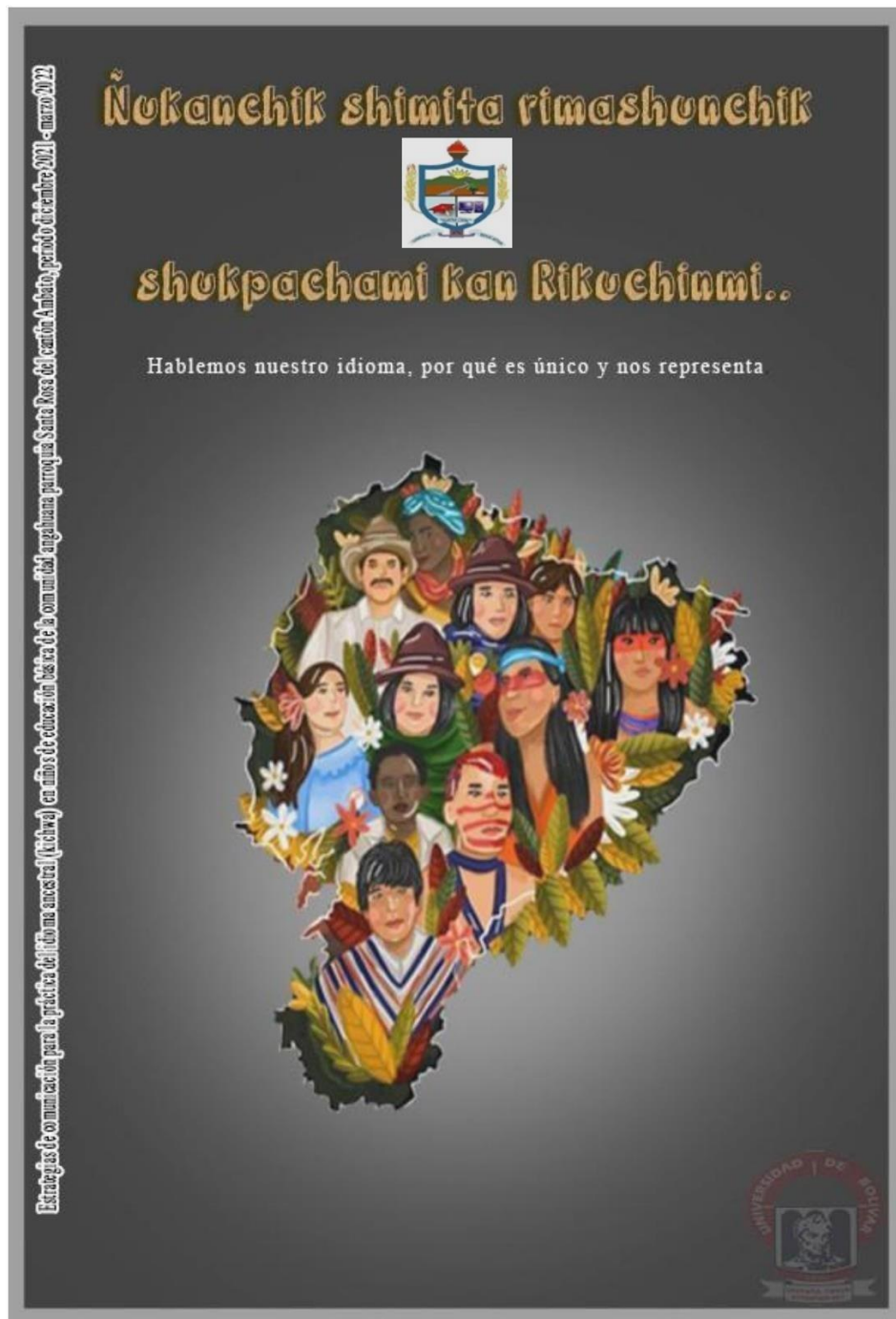
Elaborado por: Henry Vásconez

Imagen: Ecuador Teori; Aquí caben todos los ecuatorianos- Rebelión; Escuela de Economía Solidaria Indígena.

Fuente: Estudio de campo

Folleto

Gráfico No. 20



Estrategia de comunicación para la práctica del idioma ancestral (Kichwa) en niños de educación básica de la comunidad indígena parroquia Santa Rosa del cantón Ambato, provincia de Bolívar 2021 - marzo 2022

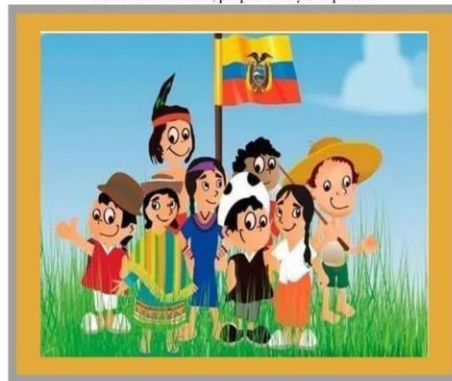
Elaborado por: Henry Vásquez

Imagen: Ecuador Teori; Aquí caben todos los ecuatorianos

Fuente: Estudio de campo



Ñukanchik shimita rimashunchik, shukpachami kan Rikuchinmi..
Hablemos nuestro idioma, por qué es único y nos representa.



Llika

El Alfabeto

Fig. 1

Elaborado por: Henry Vásquez

Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico

Fuente: Estudio de campo



Llika

El kichwa no tenía una escritura propiamente definida – varía de acuerdo a la zona. Por lo cual la siguiente planificación de clase se la hace en base a las investigaciones, textos, y materiales interactivos hechos por los lingüistas inmersos en la DINEIB.

En el alfabeto hay 20 grafías 17 consonantes y 3 vocales

Uyarikuna
Las Vocales



A a → /a/

I i → /i/

U u → /u/

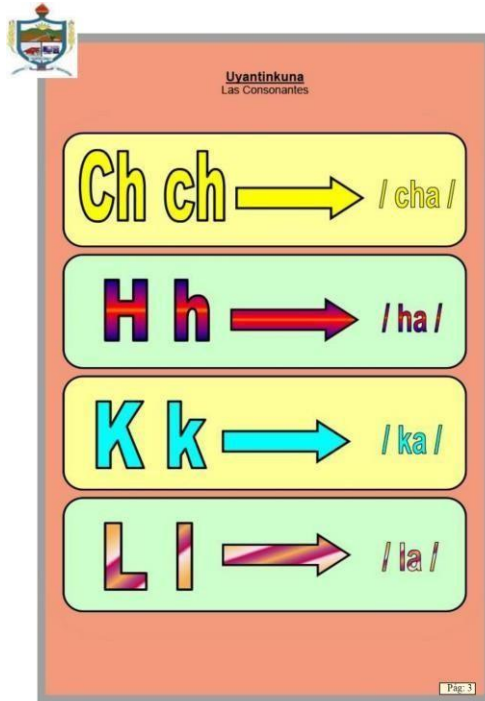
No se utilizan la e y o

Fig. 2

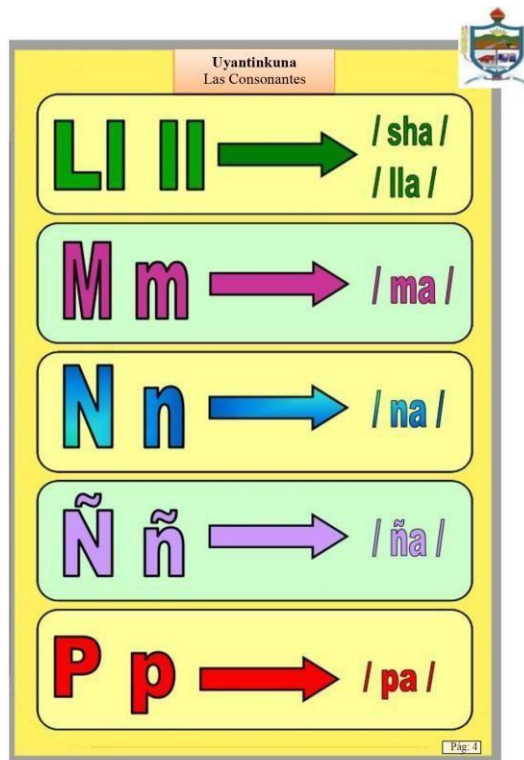
Elaborado por: Henry Vásquez

Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico

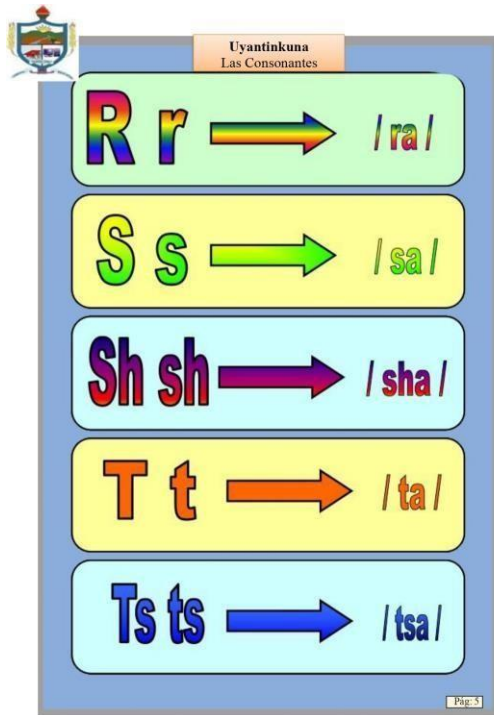
Fuente: Estudio de campo



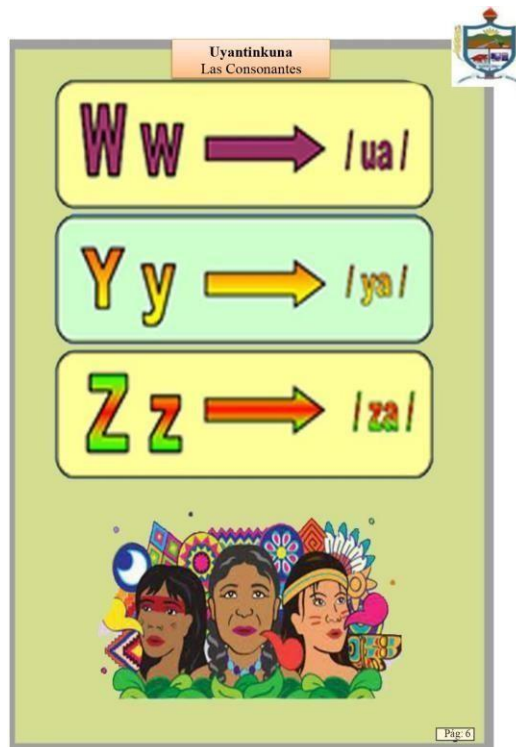
Elaborado por: Henry Vásquez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Elaborado por: Henry Vásquez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Elaborado por: Henry Vásquez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Elaborado por: Henry Vásquez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Sutiranti
Pronunciación



<p>I i /i/</p> <p>ishkay</p>	 dos
<p>K k /ka/</p> <p>killa</p>	 luna
<p>L l /la/</p> <p>lulun</p>	 huevo

Pag. 7

Elaborado por: Henry Vásconez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Sutiranti
Pronunciación





<p>LI ll /lla/ /sha/</p> <p>llakta</p>	 ciudad
<p>M m /ma/</p> <p>maki</p>	 mano
<p>N n /na/</p> <p>nina</p>	 fuego

Pag. 8

Elaborado por: Henry Vásconez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo






Sutiranti
Pronunciación

<p>Ñ ñ / ña / ñuñu</p>	 <p>leche</p>
<p>P p / pa / punku</p>	 <p>puerta</p>
<p>R r / ra / runa</p>	 <p>persona</p>

Pag: 9

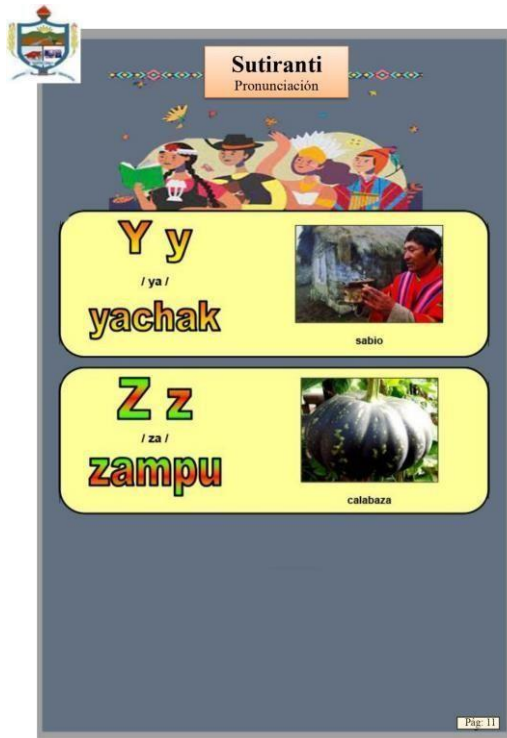
Elaborado por: Henry Vásquez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo

Sutiranti
Pronunciación

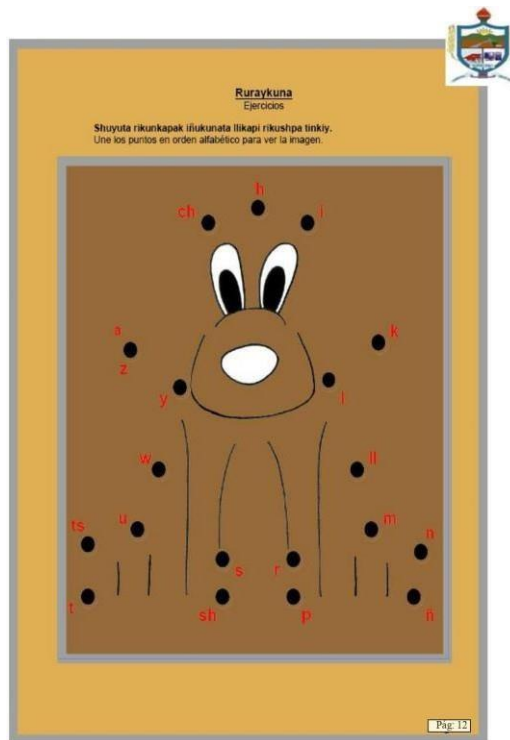
<p>Ts ts / tsa / tsala</p>	 <p>delgado</p>
<p>U u / u / urku</p>	 <p>montaña</p>
<p>W w / ua / wawki</p>	 <p>hermano</p>

Pag: 10

Elaborado por: Henry Vásquez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Elaborado por: Henry Vásconez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Elaborado por: Henry Vásconez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Elaborado por: Henry Vásconez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Elaborado por: Henry Vásconez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo

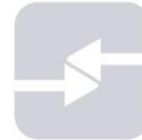


Elaborado por: Henry Vásconez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo



Ñukanchik kawsayta.

Nuestra identidad.



COMUNICACIÓN

Ñukanchik sinchi makanakuvkunata.

Nuestro esfuerzo y lucha.



“Ama wañuchuk”

“Que no muera”



Elaborado por: Henry Vásquez
Imagen: Clases interactivas de kichwa nivel básico
Fuente: Estudio de campo

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- Los estudiantes de la Unidad Educativa Huayna Cápac tienen un gran sentido de pertenencia sobre la cultura que rodea la lengua ancestral kichwa, por lo tanto, se entiende que las clases recibidas son un refuerzo de los conocimientos que se han impartido de generación en generación.
- Pese a que se puede proponer plataformas digitales como las redes sociales, los estudiantes han preferido un medio tangible para la preservación de la información institucional, de esta manera, los estudiantes pueden plasmar sus conocimientos en kichwa para una comunicación asertiva con la comunidad educativa: docentes, estudiantes, área administrativa e inclusive a los representantes de cada alumno.
- Gran parte de los estudiantes ha afirmado tener conocimientos sobre el kichwa desde casa, sin embargo, la Unidad Educativa Huayna Cápac tiene que reforzar esos conocimientos dando las clases en kichwa y la constante conversación en la lengua ancestral.

Recomendaciones:

- Continuar con las motivaciones a los estudiantes por medio de proyectos para que de esta manera todos los estudiantes se sientan parte de la comunidad institucional.
- Permitir que los estudiantes realicen actividades extracurriculares que los acerquen a sus raíces por medio del kichwa, de esta manera podrá salvaguardar la cultura que se les ha impartido desde pequeños, sin tabúes o restricciones que pueden creer que tienen por conocer a profundidad sobre su lengua madre.
- Generar productos comunicaciones que pueden ayudar al resguardo de la memoria, ya sea con la implementación de cursos de fotografía, investigación, escritura creativa, entre otros.
- Ejecutar las estrategias comunicacionales, difundir por otros medios de comunicación, como Facebook e Instagram para que estas nuevas ideas puedan llegar a público exterior a la Unidad Educativa Huayna Cápac.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

Angeles Mishell, R. (2020). Comunicación y lenguas indígenas. Conocimiento, memoria y rescate de la lengua kichwa a través de Corape. Quito, Ecuador: Universidad central del Ecuador.

Arrobo Rodas, N. (16 de enero de 2005). *Llacta*. Obtenido de Las Culturas Indígenas y sus Saberes Ancestrales: <http://www.llacta.org/notic/2005/not0116b.htm>

Casma, J. (16 de abril de 2014). *Discriminados por hablar su idioma natal*. Obtenido de El país: https://elpais.com/internacional/2014/04/16/actualidad/1397683862_926411.html

Chocair Herrera, C. (2020). La extinción de la lengua ancestral kichwa en el pueblo indígena de Natabuela. Quito: Universidad Simón Bolívar.

CONAIE. (19 de julio de 2014). KICHWA. *CONAIE*.

Concepto. (5 de mayo de 2022). *Redes sociales*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/redes-sociales/>

Enclave. (8 de julio de 2021). Obtenido de Enclave: <https://enclavecomunicacion.com/comunicacion-tradicional-vs-comunicacion-digital-no-tradicional/>

Forero de Moreno, I. (2019). La sociedad del conocimiento. *Revista Científica General José María Córdova*, 40-44.

Franco, M. (11 de febrero de 2022). *MARKETING DIGITAL*. Obtenido de Estrategias de comunicación: qué son y cómo crearlas: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estrategias-de-comunicacion>

Fuente, O. (25 de abril de 2022). *Definición de Marketing ¿Qué es el Marketing Moderno?*

Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/marketing-marketing/>

Gabriel, L. (3 de julio de 2019). *Identidad Corporativa: ¿qué es y cómo crear la de tu empresa?* Obtenido de Rockcontent:

<https://rockcontent.com/es/blog/identidad-corporativa/>

Gándara Vázquez, M. (2018). La divulgación significativa como estrategia de comunicación educativa. *ETD-Educação Temática Digital*, 662-679.

Haboud, M. (2019). Estudios sociolingüísticos y prácticas comunitarias para la documentación activa y el reencuentro con las lenguas indígenas del Ecuador. *Visitas al patio*, 13(1).

Jaramillo, M. (25 de noviembre de 2020). *Escuela plus*. Obtenido de Estrategia de Comunicación Educativa: qué es y cuáles son sus beneficios:

<https://escuelaplus.com/noticias/estrategia-de-comunicacion-educativa-que-es-y-cuales-son-sus-beneficios/>

Jiménez Bermejo, D. (21 de julio de 2013). *Economipedia*. Obtenido de
Tecnologías de la información y comunicación (TIC):

<https://economipedia.com/definiciones/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic.html>

Medina Peña, R., Medina de la Rosa, R., & Moreno Montañez, M. (2017). Pensamiento crítico y aprendizaje grupal: vía para mejorar la comunicación en alumnos universitarios. *Revista Universidad y Sociedad*, 168-176.

Ministerio de educación. (2016). *Ministerio de Educación*. Obtenido de Educación General Básica Media: <https://educacion.gob.ec/curriculo-media/>

Muniz, L. (6 de julio de 2019). *Conoce los principales medios de comunicación y las características de cada uno*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion/>

Ojeda, M., & Grandío Pérez, M. (2013). *Estrategias de comunicación en redes sociales*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Pascual, Y. (enero-julio de 2019). LA IMPORTANCIA DEL IDIOMA KICHWA EN LA REALIDAD ACTUAL. *BOLETÍN DE LA ACADEMIA NACIONAL DE HISTORIA*.

Peiró, R. (08 de abril de 2021). *Comunicación*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>

Quiroa, M. (13 de octubre de 2021). *Mercado en marketing*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/mercado-en-marketing.html>

Rockcontent. (22 de julio de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de ¿Cómo desarrollar una estrategia de comunicación?:

<https://rockcontent.com/es/blog/estrategias-de-comunicacion/>

Roldán, N. (23 de noviembre de 2016). *Marca*.

Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/marca.html>

Salazar Cisneros, Y. (2019). El desarrollo cultural, complicidad necesaria. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 88-99.

Salvador, M. (2014). *Comunicación Estratégica vs. Estrategia de la Comunicación*.

Universidad Rey Juan Carlos.

Sardiñas González, Y., Domínguez García, I., & Reinoso Cápiro, C. (2020). La comunicación educativa: su desarrollo en el profesor de secundaria básica. *Varona*.

Obtenido de *Comunicación Educativa: La comunicación en el proceso educativo*.

Sordo, A. (31 de mayo de 2021). *Imagen corporativa: ¿qué es y en qué se diferencia de la identidad corporativa?* Obtenido de Hubspot:

<https://blog.hubspot.es/marketing/imagen-corporativa>

Sordo, A. (26 de abril de 2022). *Estrategias de comunicación*. Obtenido de

Hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>

Suarez, A. (5 de marzo de 2020). *Importancia de las TIC en educación:*

Ventajas y desventajas del e-learning. Obtenido de Armadillo

amarillo: [https://www.armadilloamarillo.com/blog/las-tic-la-educacion-](https://www.armadilloamarillo.com/blog/las-tic-la-educacion-ventajas-desventajas-del-e-learning/)

[ventajas-desventajas-del-e-learning/](https://www.armadilloamarillo.com/blog/las-tic-la-educacion-ventajas-desventajas-del-e-learning/)

Uriarte, J. (16 de noviembre de 2020). *Periodico*. Obtenido de

Características:

<https://www.caracteristicas.co/periodico/#ixzz7SndC1RzY>

Uriarte, J. (27 de enero de 2022). *Información y características: Radio*.

Obtenido deCaracterísticas: <https://www.caracteristicas.co/radio/>

Villacís Villacís, F. (2016). LA APLICACIÓN DEL Art. 13 Lit. L DE LA LOES. Y
ELLINEAMIENTO DE GESTIÓN DE LA CARRERA DE EDUCACIÓN
PARVULARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN. Ambato, Ecuador: Universidad técnica de Ambato.

Yirda, A. (16 de marzo de 2021). *Definición de Comunicación*.

Obtenido de<https://conceptodefinicion.de/comunicacion/>

ANEXOS

Anexo 1.

Presupuesto Ejecutado

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor total
4	Resma de papel bond	\$ 4.00	\$ 16.00
6	Anillados	\$ 1.50	\$ 9.00
1	Memoria USB	\$ 15.00	\$ 15.00
3	Tinta de impresora	\$ 6.00	\$ 18.00
2	CD grabable	\$ 0.50	\$ 1.00
		TOTAL	\$ 43.00

Servicios

Descripción	Valor
Internet	\$ 160.00
Luz	\$ 140.00
Transporte	\$ 120.00
TOTAL	\$ 420.00

Humanos

Descripción	Función
Marcelo Barriga	Tutor
Rocío Núñez	Par Académico
Henry Vásquez	Autor

Elaborado por: Henry Vásquez

Fuente: Estudio de campo

Financiamiento

Financiamiento propio del estudiante

Anexo 2.

**Encuesta dirigida a los estudiantes de educación básica de la Unidad Educativa
Huayna Cápac.**



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática

Investigador: Henry Vásquez

Objetivo: Conocer el nivel de conocimiento y práctica del idioma kichwa de los estudiantes de educación básica de la Unidad Educativa Huayna Cápac de la comunidad Angahuana-parroquia Santa Rosa del cantón Ambato.

Marque con una X la respuesta que considere correcta:

¿En qué grado está?

1ro. de básica	2do. de básica	3ro. de básica	4to. de básica	5to. de básica	6to. de básica	7mo. de básica

Edad:

Menor a 6 años	6-8 años	9-10 años	11-13 años	Mayor de 14 años

Género:

Femenino	Masculino

Inicio de la encuesta:

1. ¿Con qué frecuencia habla el idioma kichwa en su hogar?

Siempre	A menudo	Muy poco	Poco	Nada

2. ¿Con qué frecuencia habla el idioma kichwa en la Unidad Educativa?

Siempre	A menudo	Muy poco	Poco	Nada

3. ¿Dónde aprendió el kichwa?

Escuela	Casa	Amigos	Comunidad

4. ¿Cada cuánto tiempo escuchan o leen información sobre la institución en el idioma kichwa?

Diario	Semanalmente	Mensualmente	Nunca

5. ¿Qué tan seguido habla kichwa en clases?

Siempre	Casi siempre	A veces	Rara vez	Nunca

6. ¿Qué medio de comunicación considera que es el adecuado para dar a conocer el idioma kichwa actualmente?

Facebook	Instagram	Twitter	Folletores	WhatsApp	Libros

7. ¿Qué tanto considera que los medios de comunicación señalados anteriormente pueden ayudar a mejorar la práctica del idioma kichwa en la Unidad Educativa “Huayna Cápac”?

Bastante	Mucho	Muy poco	Poco	Nada

8. ¿Considera importante la preservación del idioma kichwa dentro de la Unidad Educativa?

Sí	No	No estoy seguro/a

9. Si respondió afirmativamente la pregunta 8 ¿por qué?

Para conocer el idioma	Ayuda a practicar el idioma desde sus bases	Mejora la comprensión del idioma	Para no perder el conocimiento de la lengua ancestral

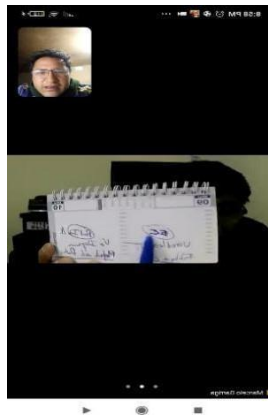
Anexo 3.

Cronograma

Meses										
Nº	Actividad	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
1	Denuncia del Tema									
2	Elaboración de Anteproyecto									
3	Entrega de anteproyecto a previarevisión.									
4	Corrección del anteproyecto.									
5	Desarrollo del trabajo de investigación: CAPÍTULO III									
6	Entrega del trabajo de investigación.									
7	Correcciones al trabajo final y presentación en 3 anillados.									
8	Entrega del acta de calificaciones a los pares académicos.									
9	Elaboración y aprobación del cronograma de defensa de trabajos de titulación.									
10	Defensa del trabajo de titulación.									
11	Defensa de gracia.									
12	Informe Final									

Anexo 4.

Evidencia de las reuniones mantenidas con el tutor y par académico vía zoom.



Evidencia de las reuniones mantenidas presencialmente con el tutor.

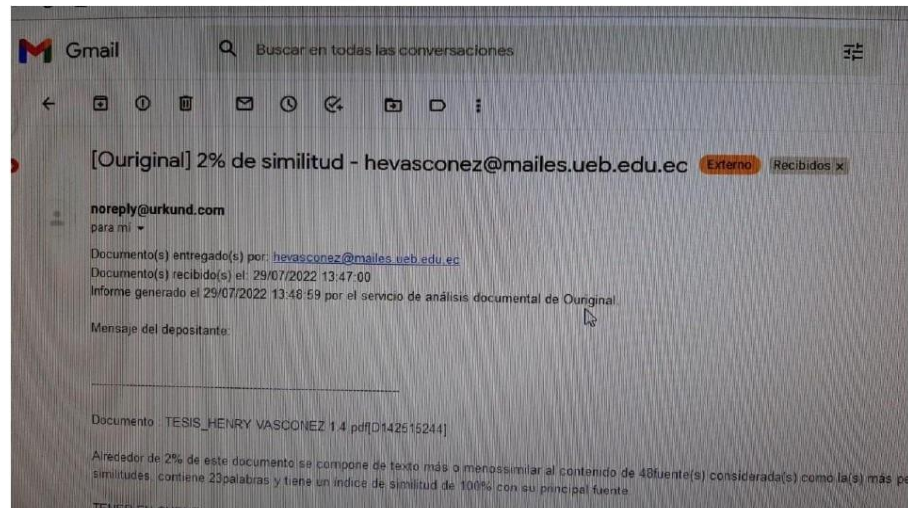


Evidencias de las encuestas realizadas a los niños de la unidad educativa Huayna Cápac.





CERTIFICADO DEL URKUND



Guaranda, 21 de julio del 2022

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

A petición de la parte interesada:

Que, el señor: **Henry Marcelo Vásquez Peñafiel** presentó o presentaron su Trabajo de Integración Curricular titulado: **“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PRÁCTICA ANCESTRAL (KICHWA) EN NIÑOS DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTÓN AMBATO, PERIODO DICIEMBRE 2021 – MARZO 2022”**, para el respectivo análisis URKUND, el mismo que refleja un 2% de plagio que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad.

Es todo cuanto puedo informar para los fines pertinentes.

Atentamente



Mgs. Marcelo Barriga
DIRECTOR