

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA:

FACTIBILIDAD EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA CREACIÓN DE PROYECTOS DE AUTOGESTIÓN EN STREAMING Y ETIQUETA-PROTOCOLO EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR PERIODO ENERO-JULIO 2025

AUTOR:

ROQUE EFRAÍN QUINATOA TORO

DIRECTORA

LIC. PILAR CHÁVEZ

GUARANDA – ECUADOR

2025



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA:

FACTIBILIDAD EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA CREACIÓN DE PROYECTOS DE AUTOGESTIÓN EN STREAMING Y ETIQUETA-PROTOCOLO EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR PERIODO ENERO-JULIO 2025

AUTOR:

ROQUE EFRAÍN QUINATOA TORO

DIRECTORA

LIC. PILAR CHÁVEZ

PARES ACADÉMICOS

LIC. DANILO VILLARROEL

LIC. DIANA VASQUEZ

GUARANDA – ECUADOR

2025

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

FACTIBILIDAD EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA CREACIÓN DE PROYECTOS DE AUTOGESTIÓN EN STREAMING Y ETIQUETA-PROTOCOLO EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR PERIODO ENERO-JULIO 2025

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a Dios todopoderoso, por su infinita bondad, amor y guía. Su presencia en mi vida ha sido la luz que me ha fortalecido en cada momento y la razón que me permite culminar con éxito esta etapa tan importante de mi formación académica.

De manera especial, agradezco a mis queridos padres, Efraín Quinatoa y Rita Toro, quienes con sacrificio, esfuerzo y amor incondicional me han brindado las bases para crecer como persona y profesional. Sus enseñanzas, principios y valores son el cimiento sobre el cual se construye este logro que hoy celebro.

Extiendo también mi gratitud a la Universidad Estatal de Bolívar, institución que me abrió sus puertas y me permitió formarme en la carrera de Comunicación. A cada uno de los docentes que compartieron su conocimiento y dedicación, les agradezco profundamente por su compromiso y por ser guías fundamentales en mi desarrollo académico y humano.

Roque Efrain Quinatoa T.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, fuente de vida, sabiduría y fortaleza, quien me ha acompañado en cada paso del camino.

Con todo mi amor y gratitud, dedico esta tesis a mis padres, Efraín Quinatoa y Rita Toro, pilares de mi vida, ejemplo de esfuerzo y constancia, y quienes siempre han creído en mí. Este logro es reflejo de su amor, su apoyo y su confianza.

Finalmente, dedico este esfuerzo a todos quienes han sido parte de mi formación, pues cada palabra aquí escrita es también fruto de su enseñanza y motivación.

Roque Efrain Quinatoa T.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA COMUNICACIÓN
MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. Pilar Chávez, Mgs. Danilo Villarroel, Mgs. Diana Vásquez en su orden: director y Pares Académicos, luego de revisar el proyecto de integración curricular en formato digital con fines de validación para acceder al título en licenciado en COMUNICACIÓN.

CERTIFICAN

Que, el estudiante **ROQUE EFRAIN QUINATOA TORO, CI 0250046620** cumple con los parámetros establecidos por la UIC y con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación.**

Guaranda, noviembre 2025

Mgs. PILAR CHÁVEZ
DIRECTOR

Mgs. DANILO VILLARROEL
Par Académico

Mgs. DIANA VÁSQUEZ
Par Académico

DERECHOS DE AUTOR

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Roque Efrain Quinatoa Toro portador de la Cédula de Identidad No 0250046620
en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales
del Trabajo de Titulación:
FACTIBILIDAD EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA CREACIÓN DE PROYECTOS DE AUTOGESTIÓN EN STREAMING Y ETIQUETA-PROTOCOLO EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR PERIODO ENERO-JULIO 2025, modalidad Proyecto de investigacion, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedo a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

.....
Roque Efrain Quinatoa Toro

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN I

AGRADECIMIENTO II

DEDICATORIA III

DERECHOS DE AUTOR V

ÍNDICE VI

ÍNDICE DE TABLAS XI

ÍNDICE DE FIGURAS XIII

INTRODUCCIÓN 1

RESUMEN 3

ABSTRACT 4

CAPÍTULO I 5

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROBLEMA 5

1.1. Descripción del problema 5

1.2. Formulación del problema 6

1.3. Preguntas de investigación 6

1.4. Justificación 7

1.5. Objetivos 8

1.5.1 General 8

1.5.2 Específicos 8

1.6. Idea a defender 8

1.7. Categorización de la idea a defender 8

CAPÍTULO II. 11

MARCO TEÓRICO 11

2.1. Antecedentes 11

2.2. Marco Científico 13

2.2.1 Corriente Funcionalista 13

2.2.2 Teoría de la Información de Shannon y Weaver 15

2.2.3 Teoría General de Sistemas (TGS) 16

2.2.4 Modelo de Comunicación Organizacional de Van Riel 18

2.3. Marco Conceptual 19

2.3.1 Estudio de factibilidad 19

2.3.2 Sostenibilidad 21

2.3.3 Sostenibilidad dentro de empresas de comunicación 23

2.3.4 Comunicación organizacional 24

2.3.5 Marketing digital 25

2.3.6 Streaming 26

2.3.7 Etiqueta y protocolo 27

2.3.8 Relaciones humanas 28

2.3.9 Relaciones publicas 29

2.3.10 Liderazgo 30

2.3.11 Trabajo en equipo 31

2.4. Marco Legal 32

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador 32

2.4.2 Ley Orgánica de Comunicación 32

2.4.3 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria 33

2.4.4 Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación 34

2.4.5 Estatuto de la UEB 34

2.5. Marco Goerreferencial 35

CAPÍTULO III 39

METODOLOGÍA 39

3.1. Tipo de Investigación 39

3.1.1 Descriptiva 39

3.1.2 Exploratoria 39

3.1.3 De campo 39

3.2. Enfoque de la investigación 40

3.2.1 Mixto 40

3.3 Método de investigación 40

3.3.1 Deductivo 40

3.3.2 Inductivo 41

3.3.3 Analítico sintético 41
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 41
3.4.1 Encuesta 41
3.4.2 Entrevista 42
3.5. Universo, Población y Muestra 42
3.5.1 Población 42
3.5.2 Muestra 43
3.6 Procesamiento de la información 43
CAPITULO IV 45
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 45
4.1 Procesamiento de la información de encuesta a directivos de la UEB 45
4.2 Procesamiento de la información de encuesta a directivos de instituciones públicas 54
4.3 Entrevista realizada a la Coordinadora de la Carrera de Comunicación 59
4.4 Entrevista realizada al experto en Comunicación 63
4.5 Discusión de resultados 65
CAPITULO V 69
PROPUESTA 69
5.1 Título 69
5.2 Objetivo 69
5.3 Justificación 69

5.4 Diagnóstico situacional 70

5.5 Misión y visión de la comisión de protocolo y streaming..... 71

5.6 Servicios que brindan la comisión de protocolo y streaming..... 72

5.7 Parámetros de Organización de las comisiones 73

5.7.1 Comisión de Streaming 73

5.7.1 Comisión de protocolo 73

5.8 Capacitación extra curricular para las comisiones para respectiva área. 74

5.9 Normativas de funcionamiento de la comisión 75

5.10 Deberes y derechos..... 76

5.11 Normativa de uniformes..... 78

5.12 Presupuesto..... 78

CONCLUSIONES 81

RECOMENDACIONES..... 82

BIBLIOGRAFÍA 83

ANEXOS 91

Anexo 1. Informe de Turnitin 91

Anexo 2. Fotografías de aplicación de encuestas..... 93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de operacionalización categoría 1 9

Tabla 2 Matriz de operacionalización categoría 2 10

Tabla 3 Necesidades de apoyo logístico de la institución para eventos..... 45

Tabla 4 Importancia de la promoción de la participación de la comisión 46

Tabla 5 La participación de la comisión sería un referente de la imagen de la UEB . 47

Tabla 6 Necesidad que la comisión sea autogestionada..... 48

Tabla 7 La autogestión aportaría de forma positiva a la comisión 49

Tabla 8 La institución puede cancelar un rubro económico por la participación de la comisión 50

Tabla 9 Respaldo de las autoridades al proyecto de autogestión 51

Tabla 10 Factibilidad que la comisión genere ingresos propios 52

Tabla 11 El trabajo articulado fortalece la sostenibilidad del proyecto de autogestión 53

Tabla 12 Su institución requiere apoyo externo en protocolo y streaming..... 54

Tabla 13 Requiere asistencia de la comisión de protocolo y streaming para eventos 55

Tabla 14 Importancia de colaborar económicamente por los servicios de la comisión 56

Tabla 15 Frecuencia de necesidad de los servicios de la comisión de protocolo y streaming 56

Tabla 16 En su institución es importante que la comisión facilite la cobertura digital 58

Tabla 17 Análisis cualitativo de la entrevista a la coordinadora de la Carrera 59

Tabla 18 Análisis cualitativo de la entrevista al experto..... 63

Tabla 19 Análisis FODA..... 70

Tabla 20 Normativa de funcionamiento de las comisiones 75

Tabla 21 Deberes y derechos de las comisiones 76

Tabla 22 Presupuesto estimativo para el funcionamiento de las comisiones de Protocolo y Streaming 79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de la Universidad Estatal de Bolívar 36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Necesidades de apoyo logístico de la institución para eventos..... 45

Gráfico 2 Importancia de la promoción de la participación de la comisión 46

Gráfico 3 La participación de la comisión sería un referente de la imagen de la UEB 47

Gráfico 4 Necesidad que la comisión sea autogestionada 48

Gráfico 5 La autogestión aportaría de forma positiva a la comisión 49

Gráfico 6 La institución puede cancelar un rubro económico por la participación de la comisión 50

Gráfico 7 Respaldo de las autoridades al proyecto de autogestión..... 51

Gráfico 8 Factibilidad que la comisión genere ingresos propios 52

Gráfico 9 El trabajo articulado fortalece la sostenibilidad del proyecto de autogestión 53

Gráfico 10 Su institución requiere apoyo externo en protocolo y streaming..... 54

Gráfico 11 Requiere asistencia de la comisión de protocolo y streaming para eventos 55

Gráfico 12 Importancia de colaborar económicamente por los servicios de la comisión 56

Gráfico 13 Frecuencia de necesidad de los servicios de la comisión de protocolo y streaming 57

Gráfico 14 En su institución es importante que la comisión facilite la cobertura digital 58

INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional en las universidades funciona como un eje transversal que promueve la innovación, facilita la formación académica y el desarrollo de las Tecnologías de la Información, al mismo tiempo que fortalece la relación con los públicos internos y externos; su gestión se articula en tres niveles, que son política, estrategia y plan, donde la política define los principios, la estrategia establece los métodos y el plan ejecuta acciones (Macías, 2022). Este enfoque permite que las instituciones educativas difundan información, diseñen y comuniquen mensajes estratégicos que respondan a las necesidades de su comunidad y del contexto académico (Villanueva et al., 2021).

En este marco, la autogestión de proyectos se presenta como una forma de organización que opera al margen de los circuitos dominados por la lógica hegemónica del mercado, se promueve la autonomía, la libertad y la colaboración colectiva en la producción de contenidos. Además de ser un modelo organizativo, la autogestión constituye una herramienta de resistencia cultural y social, capaz de desafiar las desigualdades y la concentración mediática (Cechet, 2024).

La sostenibilidad de este tipo de proyectos depende de tres dimensiones esenciales que es social, institucional y económica, donde, la dimensión social se refiere a la legitimidad y conexión con la audiencia; la institucional, a la estructura organizativa y la gestión interna; y la económica, a la diversificación de ingresos y uso eficiente de recursos. Equilibrar estas tres dimensiones es esencial para garantizar la continuidad, relevancia y proyección de los proyectos autogestionados (Telleria, 2025).

El streaming, entendido como retransmisión en directo, se consolida como estándar en la difusión de contenidos culturales, deportivos y educativos, debido a la digitalización y al valor de la información como recurso estratégico. Las plataformas de streaming permiten la interacción entre productores y audiencias, esto genera datos que pueden monetizarse y ofrece servicios vivos en el tiempo, lo cual constituye una oportunidad para proyectos autogestionados (Carrión, 2022). Por su parte, el protocolo cumple un

papel esencial en la planificación y ejecución de eventos, donde se garantiza que los aspectos de etiqueta, ceremonial y organización se desarrollen de manera profesional; su correcta implementación fortalece la imagen institucional y la percepción de calidad en las actividades académicas, deportivas y culturales (Cortés, 2025).

El capítulo I del presente estudio concierne a la formulación del problema que contiene su planteamiento, formulación, preguntas de investigación, objetivos para llevar a cabo el estudio, idea a defender y las variables de investigación. Por otra parte, el capítulo II corresponde al marco teórico donde se desarrolla las teorías correspondientes a las variables de estudio; el capítulo III se titula metodología donde se expone la forma en que se llevó a cabo el estudio.

El capítulo IV corresponde a los resultados en el cual se detalla el análisis de las encuestas y entrevistas aplicada; el capítulo V es la propuesta, misma que detalla la creación del proyecto de autogestión para la comisión de protocolo y streaming. Se concluye con las conclusiones, recomendaciones y bibliografía del estudio.

RESUMEN

La comunicación organizacional en las universidades funciona como un eje transversal que impulsa la innovación, fortalece la formación académica y mejora la relación con los públicos internos y externos. El objetivo de esta investigación fue construir un modelo de autogestión sostenible para la Comisión de Protocolo y Streaming que permita la generación de recursos para la sostenibilidad y fortalecimiento de su imagen convirtiéndose en un referente de emprendimiento en la UEB. Se aplicó una metodología descriptiva, exploratoria y de campo, se utilizó encuestas a directivos de la UEB e instituciones públicas, así como entrevistas a la coordinadora de la carrera de Comunicación y a un experto del área. Los resultados muestran que la comisión de Protocolo y Streaming de la UEB es valorada por su aporte a la imagen institucional y a la organización de eventos, con aceptación tanto a nivel interno como externo; además, aunque la autogestión es vista como viable, se identifican limitaciones en financiamiento, recursos materiales y normativa formal, así como la necesidad de roles definidos, capacitación y alianzas estratégicas. La comisión tiene legitimidad y proyección, pero requiere atención en financiamiento, formalización y fortalecimiento logístico para consolidarse como un proyecto sostenible. Se concluye que la comisión de Protocolo y Streaming de la UEB es valorada por su aporte a la imagen institucional y a la organización de eventos y para garantizar su sostenibilidad, se definió normativas y un presupuesto que aseguran recursos, capacitación y operación eficiente.

Palabras clave: Autogestión, comisión, protocolo, streaming

ABSTRACT

Organizational communication in universities serves as a cross-cutting axis that drives innovation, strengthens academic training, and improves relationships with internal and external audiences. The objective of this research was to build a sustainable self-management model for the Protocol and Streaming Committee, enabling the generation of resources for sustainability and strengthening its image, thus becoming a benchmark for entrepreneurship at the UEB. A descriptive, exploratory, and field methodology was applied, involving surveys of UEB executives and public institutions, as well as interviews with the Communication program coordinator and an expert in the field. The results show that the UEB Protocol and Streaming Committee is valued for its contribution to the institutional image and event organization, with acceptance both internally and externally. Furthermore, although self-management is viewed as viable, limitations in funding, material resources, and formal regulations were identified, as well as the need for defined roles, training, and strategic alliances. The commission has legitimacy and reach, but requires attention in terms of funding, formalization, and logistical strengthening to consolidate itself as a sustainable project. It is concluded that the UEB Protocol and Streaming Commission is valued for its contribution to the institutional image and event organization. To ensure its sustainability, regulations and a budget were defined to ensure resources, training, and efficient operation.

Keywords: Self-management, commission, protocol, streaming

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

La autogestión se presenta como una alternativa organizativa frente a los modelos de comunicación dominados por lógicas hegemónicas de producción, consumo y circulación mediática (Cechet, 2024). Sin embargo, su sostenibilidad se enfrenta a problemas estructurales como el desequilibrio entre las dimensiones social, institucional y económica, ya que, cuando alguna de ellas falla, los proyectos autogestionados corren el riesgo de volverse inestables, carecer de legitimidad y perder vigencia en su entorno. Este desafío es aún más evidente en el ámbito comunicacional, donde el predominio del mercado limita las posibilidades de iniciativas colectivas y autónomas (Telleria, 2025).

En el campo académico y profesional de la comunicación, la autogestión aplicada a servicios como protocolo y streaming enfrenta problemas similares, así, el protocolo, entendido como la organización de eventos y el streaming, consolidado en la última década como un estándar de difusión en directo, requieren de planificación, estructura y recursos. Sin embargo, las experiencias universitarias de este tipo permanecen en un estado de informalidad, carecen de un modelo organizativo y dependen de esfuerzos aislados (Carrión, 2022).

Para Carrión (2022), estos esfuerzos aislados generan una brecha debido a que, mientras el mercado exige productos y servicios de calidad profesional, los equipos universitarios se limitan a prácticas formativas sin capacidad de proyectarse hacia el entorno social y económico; esto incide en que dichas iniciativas no logren trascender lo académico para constituirse en proyectos sostenibles y competitivos

Bajo este contexto, la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) en su carrera de Comunicación cuenta con una comisión de protocolo y streaming, dedicada a la organización de eventos y la producción de transmisiones en vivo como parte de sus

actividades formativas, no obstante, esta comisión enfrenta limitaciones que obstaculizan su consolidación como microemprendimiento universitario.

Entre los principales problemas se encuentran la ausencia de un modelo de autogestión sostenible, débil fortalecimiento organizativo, falta de estructura formal y reglamentos internos, así como la vinculación de los miembros únicamente por afinidad y no mediante un proceso de selección o institucionalización. A esto se suma que sus actividades se consideran prácticas académicas sin reconocimiento económico y que dificulta su proyección hacia la captación de clientes y la creación de una imagen corporativa.

En consecuencia, la comisión de protocolo y streaming de la UEB se encuentra en una situación de vulnerabilidad organizacional que limita su potencial de convertirse en un proyecto autogestionado, sostenible y rentable. Esto afecta el aprovechamiento de oportunidades en el entorno local y priva a los estudiantes de un espacio de formación práctica alineado con las exigencias actuales de la comunicación profesional. De allí surge la necesidad de determinar la factibilidad de la comunicación organizacional como eje para la creación de proyectos autogestionados en protocolo y streaming dentro de la carrera de Comunicación.

1.2. Formulación del problema

¿El diseño de un modelo de autogestión para la comisión de protocolo y streaming de la carrera de Comunicación de la UEB es factible para generar recursos, fortalecer su imagen institucional y consolidarse como un referente de emprendimiento universitario?

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la necesidad local e institucional respecto a los servicios de protocolo y streaming de la Comisión de la UEB?
- ¿Qué normativa debe regular el funcionamiento de la Comisión de Protocolo y Streaming dentro y fuera de la UEB?

- ¿Cuál es el presupuesto necesario para garantizar el funcionamiento sostenible de la Comisión de Protocolo y Streaming?
- ¿De qué manera la comunicación organizacional puede contribuir al fortalecimiento de la autogestión de la Comisión?

1.4.Justificación

La creación de un modelo de autogestión para la comisión de protocolo y streaming de la carrera de Comunicación de la UEB es de importancia porque responde a la necesidad de fortalecer la organización interna de este equipo académico y estudiantil, que en la actualidad desarrolla actividades de apoyo institucional en la organización de eventos y en la producción de contenidos audiovisuales en vivo.

La relevancia de este estudio radica en que aborda problemáticas comunes en los espacios universitarios como la falta de estructura organizativa y escasa vinculación con necesidades sociales y de mercado. En este sentido, el diseño de un modelo de autogestión permite que la comisión trascienda el carácter exclusivamente académico y logre consolidarse como una unidad sostenible, que aporte valor a la institución y a la comunidad local.

Desde el punto de vista social este estudio es factible porque contribuye a la satisfacción de una demanda creciente en el cantón Guaranda y en la provincia de Bolívar que es la organización profesional de eventos y la transmisión en vivo de actividades académicas, deportivas, culturales y sociales. Mientras que, en el plano práctico, este modelo de autogestión sirve como experiencia real de emprendimiento estudiantil, dotando a los integrantes de la comisión de competencias en gestión de proyectos, producción audiovisual, manejo de presupuesto, normatividad y protocolos de calidad.

Los beneficiarios directos son los estudiantes de la carrera de Comunicación que integren la comisión de protocolo y streaming, quienes fortalecen sus habilidades profesionales y emprendedoras, asimismo, la UEB se beneficia al mejorar su imagen

institucional y su capacidad de organización y difusión de eventos. Entre los beneficiarios indirectos se encuentran la comunidad universitaria, instituciones locales y la ciudadanía del cantón Guaranda, que dispondrán de servicios de protocolo y streaming de calidad y que contribuyan al desarrollo cultural y comunicacional de la región.

1.5.Objetivos

1.5.1 General

- Construir un modelo de autogestión sostenible para la Comisión de Protocolo y Streaming que permita la generación de recursos para la sostenibilidad y fortalecimiento de su imagen convirtiéndose en un referente de emprendimiento en la UEB.

1.5.2 Específicos

1. Identificar la necesidad a nivel local e institucional de la participación de la comisión de protocolo y streaming de la UEB
2. Determinar la normativa del funcionamiento de las comisiones de protocolo y streaming para eventos institucionales / dentro y fuera de la UEB
3. Establecer el presupuesto para el funcionamiento de las comisiones de protocolo y streaming de la UEB.

1.6. Idea a defender

La generación de un proyecto de factibilidad para el funcionamiento de las comisiones protocolo y streaming permitirá la sostenibilidad en el tiempo

1.7. Categorización de la idea a defender

Categoría 1: Proyecto de factibilidad

Categoría 2: Sostenibilidad

Tabla 1

Matriz de operacionalización categoría 1

Categoría 1	**Definición conceptual**	**Dimensión**	**Indicadores**	**Técnica**	**Instrumento**
Proyecto de factibilidad	Se refiere a un análisis que efectúa un establecimiento para valorar la viabilidad de un proyecto o negocio nuevo (García, 2021)	Organizacional	Existencia de protocolo, reglamento, estatutos	Encuesta Entrevista	Cuestionario Guion de entrevista
		Social	Aceptación social		
		Económico	Disponibilidad de recursos		
		Técnico	Capital humano (capacidades y habilidades)		

Nota: Se presenta la operacionalización de la variable independiente proyecto de factibilidad

Tabla 2

Matriz de operacionalización categoría 2

Categoría 2	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Sostenibilidad	La sostenibilidad se entiende como la capacidad de mantener su funcionamiento en el tiempo mediante el equilibrio de tres dimensiones: social, institucional y económica. (Telleria, 2025).	Social	Participación de los miembros de la comisión	Encuesta Entrevista	Cuestionario Guion de entrevista
		Económica	Diversificación de ingresos Uso eficiente de recursos		
		Institucional	Estructura organizativa Gestión interna		

Nota: Se presenta la operacionalización de la variable independiente sostenibilidad.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

La investigación de Barranquero & Candón (2020) titulada "**La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un modelo de análisis a un estudio de caso**" tuvo como objetivo diseñar y aplicar un modelo multidimensional de indicadores para evaluar la sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación (TSC). La metodología aplicada fue la cualitativa, con la aplicación del modelo a dos estudios de caso y considerando cinco dimensiones: económica, político-legal, organizativa, ecosocial e infotecnológica. Los resultados indican que, la sostenibilidad depende del factor económico, organizativo, social y tecnológico, además, los elementos más determinantes son la diversificación de ingresos, contar con personal para la gestión de fondos y el respaldo comunitario. Se concluye que, la sostenibilidad varía según el tipo de medio y depende de la interacción entre las dimensiones planteadas.

Este estudio sobre la sostenibilidad los sectores de comunicación en España aportan al tema de tesis al evidenciar que la sostenibilidad de proyectos comunicacionales depende de la estructuración de múltiples dimensiones: económica, organizativa, social y tecnológica. Esto respalda la idea de que un proyecto de factibilidad para las comisiones de protocolo y streaming debe considerar estas dimensiones además del uso de herramientas tecnológicas, para de este modo, asegurar la sostenibilidad en el tiempo**.**

El estudio realizado en Colombia de Álvarez et al. (2023) titulado "**Modelo de Negocio Sostenible en Medios de Comunicación No Tradicionales: Generadores de Contenido en Colombia**" tuvo como objetivo analizar los modelos de negocio de los generadores de contenido para comprender los factores que influyen en su sostenibilidad. La metodología que se aplicó fue de enfoque cualitativo y los resultados

reflejan que, la mayoría de los creadores financian sus proyectos con recursos propios y esto retrasa el alcance de la monetización, también se identificó que los creadores destacan por definir nichos, generar contenido de valor y aplicar estrategias como benchmarking digital y análisis de métricas. A manera de conclusión se evidenció que la sostenibilidad de los medios no tradicionales en plataformas como YouTube depende de la estructuración de modelos de negocio concretos, capaces de atraer inversión y generar confianza.

Este estudio sobre generadores de contenido en Colombia aporta al tema de tesis al mostrar que la sostenibilidad de proyectos digitales depende de contar con un plan y estrategias definidas de inversión y monetización. Esto evidencia que, sentar las bases para la creación de un proyecto de factibilidad para las comisiones de protocolo y streaming permite organizar tareas, recursos, además de generar confianza y viabilidad a largo plazo.

El estudio de Rodas-Pérez et al. (2022) titulado "**Plan comunicacional digital en el sector Cochapungo del emprendimiento de Balsa Totora en la Parroquia San Rafael**" tuvo como objetivo diseñar un plan de comunicación digital para el emprendimiento de balsa en Otavalo, con el fin de fortalecer su marca e impulsar su posicionamiento. La metodología se basó en un diagnóstico del manejo actual de herramientas digitales en el emprendimiento. Con base en este análisis, se plantearon estrategias aplicables a redes sociales, sitios web, streaming, canales de video y mensajería instantánea, orientadas a mejorar la visibilidad y competitividad del emprendimiento. Los resultados señalan que existe una limitada aplicación de herramientas digitales, sin embargo, el plan permite proyectar la marca en entornos online, concluyendo que, las herramientas digitales junto con el plan representan una alternativa viable para garantizar la sostenibilidad del emprendimiento.

Este estudio realizado en Otavalo aporta al tema de tesis al demostrar que la planificación estratégica y el uso de herramientas digitales fortalecen la visibilidad y competitividad de un proyecto. Esto respalda la necesidad de generar un proyecto de

factibilidad para las comisiones de protocolo y streaming, ya que facilita la organización, implementación y seguimiento de los proyectos de autogestión en la carrera de comunicación y se asegura su sostenibilidad a mediano y largo plazo.

La investigación Cornejo (2024) titulada "**Estudio de factibilidad para la creación de una radio comunitaria dirigida a los habitantes de la parroquia General Vernaza**" tuvo como propósito evaluar la viabilidad y factibilidad de implementar una radio comunitaria. La metodología aplicada fue de enfoque mixto, se aplicó una encuesta a 370 habitantes mediante Google Forms y se realizaron dos entrevistas a expertos en comunicación y radio. Los resultados evidenciaron que la radio comunitaria tendría una amplia acogida e impacto positivo en la comunidad, entre los factores destacan la gestión del financiamiento, diversificación de fuentes de ingreso y obtención de patrocinios, aspectos que resultan fundamentales para superar limitaciones económicas. Se concluye que la creación de una radio comunitaria resulta factible y beneficiosa, siempre que se implementen recomendaciones y estrategias que garanticen su éxito y sostenibilidad.

Este estudio realizado contribuye a la presente investigación al evidenciar que los análisis de factibilidad en proyectos de comunicación son esenciales para garantizar su viabilidad y sostenibilidad. La experiencia en la creación de una radio comunitaria demuestra que la planificación, el uso eficiente de los recursos y la diversificación de ingresos fortalecen la autogestión y aseguran la permanencia de las iniciativas, aprendizajes que se vinculan de forma directa con el desarrollo de propuestas en etiqueta y protocolo dentro de la carrera de Comunicación de la UEB.

2.2. Marco Científico

2.2.1 Corriente Funcionalista

El funcionalismo es una corriente teórica que surgió en Inglaterra en las primeras décadas del siglo XX, en específico en el campo de la sociología y antropología, esta corriente propone que cada elemento de la sociedad cumple una función que contribuye

al equilibrio y estabilidad del sistema social. Inspirado en la metáfora del organismo biológico, considera a la sociedad como un conjunto de partes interdependientes que, al interactuar, garantizan su cohesión y continuidad (Martínez et al., 2022).

Autores como Durkheim, Malinowski, Spencer, Merton y Parsons consolidaron este enfoque y destacan que, las instituciones, normas y reglas sociales se desarrollan para satisfacer necesidades colectivas y mantener el orden social. A diferencia del evolucionismo y del particularismo histórico, que se centraban en la dimensión histórica de los fenómenos, el funcionalismo pone el énfasis en analizar la sociedad tal como existe en el presente y evalúa el aporte de cada componente al funcionamiento (Martínez et al., 2022).

Entre sus postulados se encuentran la interrelación de las partes que conforman una sociedad, la complejidad derivada de la interacción de sistemas, la existencia de tensiones internas y la inevitabilidad del cambio social. Esta perspectiva influyó en la sociología, antropología y otras disciplinas, ya que aporta un marco teórico para comprender cómo los diferentes elementos culturales y sociales actúan de manera integrada para sostener el equilibrio de las comunidades (Martínez et al., 2022).

Aporte: La corriente funcionalista permite comprender cómo cada elemento dentro de la UEB que incluye a la Comisión de Protocolo y Streaming, cumple un rol específico que contribuye al equilibrio y la eficiencia de la institución. Desde esta perspectiva, esta corriente facilita el análisis de cómo las comisiones funcionan como sistemas interdependientes dentro de la carrera de Comunicación, de esta manera, se identifica cómo la creación de proyectos de autogestión fortalece la cohesión interna y mejora la sostenibilidad de las comisiones.

Modelo de la Aguja Hipodérmica de Lasswel

El modelo tiene un enfoque descriptivo cuyo propósito es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos, entendidos como procesos que cumplen funciones sociales esenciales y para ello, Lasswell plantea cinco interrogantes básicos:

- ¿Quién dice?
- ¿Qué dice?
- ¿Por qué canal?
- ¿A quién?
- ¿Con qué efecto?

Este modelo sostiene que el emisor transmite de manera directa un mensaje a la audiencia a través de los medios de comunicación de masas, sin mediaciones o resistencias y esto genera un impacto inmediato. Se trata de una concepción lineal y unidireccional de la comunicación, en la que el receptor ocupa un papel pasivo frente al poder de influencia del emisor (Lasswell, 2007).

Asimismo, se identifica tres funciones fundamentales de la comunicación en la sociedad: la vigilancia del entorno, la correlación de las partes sociales y la transmisión de la herencia cultural. Estas funciones evidencian que la comunicación es un mecanismo vital para la estabilidad, continuidad y adaptación del sistema social, no obstante, la eficacia del proceso depende de factores como el medio, el canal, la estructura social y los valores predominantes (Lasswell, 2007).

Aporte: Este modelo proporciona una perspectiva sobre la comunicación como un proceso lineal, donde los mensajes emitidos por la comisión de Protocolo y Streaming impactan de forma directa a los públicos internos y externos de la UEB. En este sentido, la comisión debe diseñar estrategias de comunicación que tomen en consideración a quién comunica, qué se comunica, a través de qué canal, a quién y con qué efecto, así se asegura que los mensajes que se desee transmitir lleguen de manera clara y coherente.

2.2.2 Teoría de la Información de Shannon y Weaver

Según Weaver (1984), el proceso de comunicación consiste en que la fuente selecciona un mensaje, el transmisor lo codifica en una señal, la envía a través de un canal y finalmente es recibido por el receptor, en este proceso, el receptor actúa a su vez como

transmisor al decodificar la señal y convertirla nuevamente en un mensaje comprensible para el destinatario.

Durante la transmisión, pueden aparecer elementos no deseados, conocidos como ruidos, que afectan la claridad del mensaje, estos ruidos se manifiestan como distorsiones de sonido, interferencias, fallas de imagen o errores de transmisión. Los sistemas de comunicación deben considerar factores como la cantidad de información, la capacidad del canal, los métodos de codificación y la mitigación de los efectos del ruido para garantizar que el mensaje llegue de manera precisa y efectiva (Weaver, 1984).

Aporte: Esta teoría aporta herramientas conceptuales para analizar la eficiencia del flujo de información dentro de la Comisión de Protocolo y Streaming, es decir, permite identificar cómo los mensajes generados por la comisión son codificados, transmitidos, recibidos y decodificados. Esto es esencial para garantizar que los proyectos de autogestión sean comprendidos correctamente por todos los actores involucrados y así se garantice la sostenibilidad de las iniciativas.

2.2.3 Teoría General de Sistemas (TGS)

La Teoría General de Sistemas (TGS) fue formulada por Ludwig Von Bertalanffy en la década de 1950, propone explicar los fenómenos de la realidad al considerar a los sistemas como modelos organizativos aplicables a diversos campos de estudio. Se caracteriza por su enfoque holístico e integrador, donde se destaca la importancia de las relaciones entre los elementos y de los conjuntos que emergen de estas interacciones. Desde una perspectiva sistémica la TGS ofrece herramientas conceptuales que facilitan la comprensión de cómo los componentes de un sistema de comunicación interactúan entre sí, y permiten un análisis más íntegro de fenómenos complejos y dinámicos (Peralta, 2016).

Desde sus inicios, esta teoría proporcionó un marco científico que permite abordar la realidad de manera constituida y sistemática, su enfoque integrador enfatiza las

relaciones y los conjuntos que se forman a partir de ellas, donde se genera un espacio favorable para la comunicación y la cooperación entre especialistas y disciplina. En esta teoría lo que importa son las relaciones y los vínculos que a partir de ellas surgen; ofrece así un ambiente adecuado para la interrelación y comunicación entre los investigadores y las disciplinas investigadas (Gutiérrez, 2013).

Por otro lado, la TGS constituye un enfoque sistemático y científico que promueve el trabajo transdisciplinario y la comprensión holística de la realidad, además, destaca la relevancia de las relaciones y los conjuntos que se generan dentro de los sistemas (Cathalifaud & Osorio, 1998).

Proceso e insumos de la teoría general de los sistemas (TGS)

Según Von Bertalanffy los sistemas abiertos reciben recursos del entorno que son esenciales para su funcionamiento y supervivencia, estos insumos son:

- Energía: cualquier forma de energía necesaria para mantener la operación del sistema.
- Materiales o recursos físicos: elementos que el sistema transformará o utilizará en sus procesos internos.
- Información: datos, señales o conocimientos que guían las decisiones y acciones dentro del sistema.
- Recursos humanos o capacidades: habilidades, conocimiento y participación de individuos que forman parte del sistema (Ronquillo et al., 2024)

Mientras que, los procesos son las transformaciones internas que el sistema realiza sobre los insumos para producir resultados o salidas (outputs) incluyen:

- Transformación de materia y energía: los insumos se convierten en productos, servicios o resultados dentro del sistema.
- Procesos de organización y coordinación: la integración de las partes del sistema para lograr objetivos comunes.

- Procesos de regulación y retroalimentación: mecanismos internos que permiten al sistema adaptarse al entorno, mantener estabilidad y mejorar su desempeño (Ronquillo et al., 2024).

Aporte: La TGS aporta un marco integral para comprender a la Comisión de Protocolo y Streaming como un sistema abierto, interrelacionado con la UEB y con su entorno, donde, los insumos representan los recursos que alimentan los proyectos de autogestión, mientras que los procesos internos, como la coordinación, regulación y transformación de estos insumos, permiten generar resultados eficientes y sostenibles.

Por otra parte, los outputs o resultados de este sistema se reflejan en la producción de eventos de calidad, la difusión efectiva a través de streaming y la mejora de la imagen institucional. Este enfoque sistémico asegura que cada componente de la comisión cumpla un rol específico y que las interacciones entre ellos potencien la sostenibilidad del proyecto, así se permite un análisis holístico de la comunicación organizacional y la autogestión dentro de la carrera de Comunicación.

2.2.4 Modelo de Comunicación Organizacional de Van Riel

Según Van Riel (1997), la comunicación corporativa es un instrumento de gestión mediante el cual todas las formas de comunicación interna y externa, utilizadas de manera consciente, se armonizan de la manera más efectiva posible para generar una base favorable en las relaciones con los públicos de los que depende la organización. La necesidad de comunicación corporativa surge de la práctica comercial, demanda de los investigadores por profundizar en sus perspectivas y la necesidad de contar con un apoyo integral que permita resolver problemas mediante el conocimiento práctico diario.

La filosofía de la comunicación corporativa busca derribar las barreras entre comunicación de marketing, comunicación organizativa y comunicación de dirección, con el fin de lograr una coherencia total que permita que todos los mensajes fluyan de

manera coordinada, fortalezcan la identidad corporativa, la imagen de la organización y, a su vez, a mejorar la realización de la organización (Van Riel, 1997).

Aporte: Este enfoque facilita la planificación de la comunicación interna y externa de los proyectos de autogestión, asegura coherencia en los mensajes, alineación con la identidad de la UEB y consolidación de la reputación de la Comisión de Protocolo y Streaming. Además, aporta un marco práctico para que estos proyectos de autogestión sean eficientes, refuercen la percepción positiva de la carrera de Comunicación y contribuyan a su sostenibilidad dentro del cantón Guaranda.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1 Estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad es un análisis esencial para garantizar el éxito de la implementación de un proyecto, ya que permite definir los objetivos, estructura, organización y los recursos necesarios para llevarlo a cabo. Para aprobar un proyecto es fundamental evaluar al menos tres tipos de factibilidad: técnica, legal y económica, aunque también se deben considerar aspectos políticos, sociales y ambientales. La viabilidad de un proyecto depende de identificar las necesidades y expectativas del público objetivo, así como los recursos materiales y económicos requeridos para diseñar adecuadamente el producto o servicio (M. Rodríguez, 2023).

El estudio de factibilidad es una herramienta importante para organizar, analizar y evaluar de forma sistemática una idea de negocio antes de asignar recursos y garantizar así mayores probabilidades de éxito. Permite valorar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia de invertir en un proyecto y considerar factores económicos, técnicos, financieros, humanos y de mercado. La falta de un estudio previo incrementa el riesgo de fracaso, ya que no basta con tener objetivos y estrategias; es fundamental plasmar estos elementos en un plan que defina metas, actividades y procedimientos (Guasco & Luna, 2022).

Un estudio de factibilidad consiste en un conjunto de análisis destinados a determinar si una idea de emprendimiento o proyecto posee viabilidad con el objetivo de definir la posibilidad de implementarla de manera exitosa. Estos estudios representan la etapa inicial y fundamental para el desarrollo de un proyecto productivo o de prestación de servicios, sustentándose en evaluaciones de mercado, técnicas, financieras y administrativas. Además, permite identificar riesgos potenciales, optimizar la asignación de recursos y prever dificultades que puedan afectar la ejecución, así se garantiza que las decisiones se tomen sobre bases objetivas y no únicamente intuitivas (Tipanluisa, 2023).

Existe varios tipos de factibilidad para un estudio o proyecto, estos son:

- **Factibilidad organizativa:** Se refiere a evaluar si la estructura, los procesos y los recursos humanos de una empresa o proyecto son adecuados para implementar y operar la iniciativa de manera efectiva, se determina si la organización tiene: estructura y jerarquía adecuada, recursos humanos capacitados, procesos y procedimientos internos y capacidad de gestión y liderazgo (Tipanluisa, 2023).
- **Factibilidad social:** Permite medir la rentabilidad de un proyecto desde la perspectiva de la sociedad, se considera su contribución al bienestar general e incluye aspectos que no tienen un valor económico directo, pero que impactan de forma positiva en la comunidad, como la generación de empleo, la educación y el desarrollo local. Para su implementación, se toman en cuenta los lineamientos de la ISO 26000, los cuales abarcan derechos humanos, gobernanza organizacional, prácticas laborales, cuidado del medio ambiente, operaciones justas, atención al consumidor y participación activa en el desarrollo comunitario (M. Rodríguez, 2023).
- **Factibilidad económica:** Consiste en realizar un análisis de la relación entre los costos y beneficios del proyecto o negocio y evaluar si los recursos invertidos producirán los resultados esperados. Cuando los costos superan a los beneficios, el proyecto se considera de alto riesgo y, por lo tanto, poco

recomendable, en cambio, si los beneficios superan los costos, la decisión de ejecutar el proyecto se vuelve más segura, aunque siempre se deben contemplar posibles riesgos y contingencias que puedan afectar los resultados (Quiroa, 2025).

- **Factibilidad técnica:** Analiza si la infraestructura y los recursos técnicos de la empresa son adecuados para desarrollar el proyecto de manera eficiente, además, se evalúa si el personal cuenta con los conocimientos y habilidades necesarios para operar el equipo, software o tecnología requerida. Una factibilidad técnica positiva garantiza que la ejecución del proyecto será operativa y sostenible y se evita retrasos o ineficiencias derivadas de limitaciones técnicas o humana (Quiroa, 2025)
- **Factibilidad comercial:** Se centra en determinar la existencia de un mercado potencial para los productos o servicios que ofrecerá el proyecto, esto implica analizar la cantidad de clientes interesados, su disposición a consumir y las oportunidades de posicionamiento frente a la competencia. La factibilidad comercial asegura que el proyecto tiene un público objetivo definido y suficiente demanda para garantizar su continuidad y éxito en el mercado (Quiroa, 2025).
- **Factibilidad política o legal:** Determina si el proyecto cumple con todas las normativas legales vigentes, que incluyen leyes municipales, estatales y nacionales, así como regulaciones internacionales en caso de ser necesarias. Un proyecto que incumpla estas disposiciones no puede implementarse, ya que se expondría a sanciones legales, cierre o penalizaciones. Por ello, esta evaluación es importante para garantizar que el negocio o iniciativa se desarrolle dentro de un marco legal seguro y confiable (Quiroa, 2025).

2.3.2 Sostenibilidad

La sostenibilidad de un proyecto depende de su capacidad para adaptarse a cambios, ser auditable, implementable, escalable, extensible, mantenible y gestionable, estos atributos garantizan que el proyecto pueda responder a imprevistos, ampliar su alcance,

mantener la calidad de sus funciones, corregir defectos, facilitar su administración y, en definitiva, asegurar su permanencia en el tiempo. Asimismo, la medición de la sostenibilidad integra factores económicos, sociales, culturales, ambientales, legales y políticos, lo que implica evaluar recursos financieros, humanos, naturales y tecnológicos, además de la aceptación social y cultural, la viabilidad técnica y la compatibilidad con las normas vigentes (Morfaw, 2024).

La sostenibilidad de un proyecto se define como la capacidad de una iniciativa para mantenerse y generar beneficios a largo plazo sin comprometer los recursos sociales o económicos de los que depende, implica que el proyecto debe equilibrar estas dimensiones (Reyes et al., 2023)

- **Económica:** Implica garantizar que sea financieramente viable en el corto, mediano y largo plazo y que genere ingresos suficientes para cubrir sus costos operativos y permitir su crecimiento, innovación y expansión. Un proyecto económicamente sostenible reduce la dependencia de subsidios externos o de recursos temporales que pueden desaparecer con el tiempo, lo que fortalece su autonomía y resiliencia frente a crisis financieras o cambios en el entorno (Reyes et al., 2023).
- **Social:** Busca que el proyecto genere un impacto positivo en las comunidades vinculadas, que se respete los derechos humanos, se fomente la equidad y contribuya al bienestar colectivo, esto incluye beneficios directos, como empleo digno, capacitación o acceso a servicios y efectos indirectos como la cohesión social, la participación comunitaria y la mejora de la calidad de vida (Reyes et al., 2023).
- **Institucional:** Se refiere a la capacidad de una organización para mantener sus funciones y cumplir sus objetivos a largo plazo durante la ejecución de un proyecto y su éxito de cuatro dimensiones: administrativa, vinculada a la gestión interna, descentralización y control eficiente; financiera, relacionada con la autosuficiencia económica, diversificación de fuentes y manejo transparente de los recursos; personal, que comprende la

disponibilidad, motivación, capacitación y estabilidad de los recursos humanos; e institucional, que abarca la claridad de la misión, planificación a largo plazo, buena imagen pública, alianzas estratégicas y capacidad de adaptación a cambios (Morfaw, 2024)

2.3.3 Sostenibilidad dentro de empresas de comunicación

La sostenibilidad se entiende como la capacidad de un modelo de negocio para mantenerse viable y duradero en el tiempo, sin embargo, los medios de comunicación presentan una particularidad: la sociedad espera que actúen como las escuelas, brindando un servicio público, pero al no contar con financiamiento estatal deben funcionar como empresas. Esta dualidad los obliga a conciliar la lógica empresarial con su misión esencial de informar a la ciudadanía y fiscalizar al poder político y económico. De allí surge una tensión permanente, que es el desafío de equilibrar la sostenibilidad económica con el cumplimiento de su función social, así como las demandas inmediatas de las audiencias frente a las necesidades informativas del público (Castells et al., 2022).

La sostenibilidad en las empresas de comunicación supone asumir y transmitir la responsabilidad social y económica, con su base en la transparencia y la autenticidad para generar confianza en los públicos y consolidar una ventaja competitiva en el mercado. Para ello, resulta importante implementar un plan estratégico de comunicación sostenible, fomentar una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad, construir relatos auténticos y verificables, involucrar tanto a empleados como a audiencias, aprovechar recursos visuales e interactivos y evaluar los resultados para garantizar un progreso sostenible a largo plazo (Castells et al., 2022).

Componentes de la comunicación sostenible

- Transparencia y ética: Comunicar de manera honesta las acciones de la organización, esto incluye logros y limitaciones.

- Enfoque en los stakeholders: Ajustar los mensajes a las expectativas e intereses de los diferentes públicos, para fortalecer la conexión y el compromiso.
- Narrativa auténtica y con propósito: Construir contenidos que reflejen los valores reales de la empresa.
- Medición y evaluación: Definir metas y evaluar los avances de las iniciativas, para garantizar su efectividad y evidenciar el impacto alcanzado (Castells et al., 2022).

Desde una perspectiva académica, la sostenibilidad de los modelos de negocio en el streaming no se limita a la rentabilidad económica, sino que implica también dimensiones sociales, como la justa remuneración y el reconocimiento de los profesionales, actores centrales en la creación de valor. En este sentido, el streaming refleja los dilemas de la economía de plataformas en las industrias creativas, donde la innovación tecnológica convive con riesgos como la concentración de poder, el reparto desigual de ingresos y la posible comoditización del proceso creativo (Arenal et al., 2022).

2.3.4 Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es fundamental para garantizar un clima laboral favorable y la eficiencia en los procesos internos de las organizaciones, es decir, constituye el flujo de información y datos que permite la interacción dentro de la compañía y abarca niveles operativos, reglamentarios y de mantenimiento. Se considera a la comunicación organizacional como el conjunto de procedimientos, mensajes y medios que facilitan la transmisión de valores institucionales, como la misión, la visión y promueve actividades de control, motivación y relaciones sociales, es importante también para fomentar el diálogo entre la gestión y la base operativa, así se asegura la calidad de los productos o servicios (Pinzón et al., 2021).

La comunicación organizacional se desarrolla en diferentes niveles: vertical, horizontal y diagonal, cada uno con funciones específicas, donde:

- **Comunicación vertical:** La comunicación descendente fluye de los directivos hacia los colaboradores, transmitiendo instrucciones, información clave y lineamientos de trabajo, mientras que, la comunicación ascendente permite a los subordinados informar a los superiores sobre avances, problemas o necesidades, así se facilita la toma de decisiones y retroalimentación.
- **Comunicación diagonal:** Se da cuando la información fluye entre empleados de diferentes niveles jerárquicos y áreas diferentes, cruzando tanto la jerarquía como la función o departamento.
- **Comunicación horizontal:** Ocurre entre individuos de igual nivel jerárquico y busca coordinar actividades, resolver conflictos y compartir información relevante (Pinzón et al., 2021).

Los beneficios de una comunicación organizacional efectiva incluyen la optimización de procesos, consolidación de la cultura corporativa, mejora en la atención al cliente y el incremento de la innovación y rentabilidad. Asimismo, integra áreas como marketing corporativo, relaciones con stakeholders y comunicación interna y externa, así se contribuye a que los mensajes fluyan de manera coherente y alineada con los objetivos estratégicos de la organización, se evita errores y se fortalece la coordinación y el desempeño de sus miembros (Pinzón et al., 2021).

2.3.5 Marketing digital

El Marketing Digital representa la evolución del marketing tradicional en la era tecnológica que se adaptó a un entorno dinámico y en constante innovación, se liga además al desarrollo de internet y las distintas generaciones de la Web. Este enfoque combina estrategias digitales con el marketing tradicional para ofrecer productos y servicios que satisfacen de manera más efectiva a los consumidores (M. Rodríguez, 2023).

El marketing digital se trata de aprovechar de forma estratégica las herramientas digitales y los diferentes canales en línea como sitios web, redes sociales y motores de

búsqueda, para posicionar marcas, alcanzar visibilidad y generar impacto en el público objetivo. Una campaña digital efectiva permite que una marca aparezca en las primeras posiciones de los motores de búsqueda, se optimice la exposición y aumente las posibilidades de conversión gracias al análisis de datos y al uso de técnicas de comunicación digital bien diseñadas (Rodas-Pérez et al., 2022)

El marketing digital también se caracteriza por su capacidad de personalización y masividad; las plataformas digitales permiten crear perfiles a detalle de los usuarios y esto facilita la segmentación y la toma de decisiones estratégicas para dirigir campañas a públicos específicos. Además, a diferencia del marketing tradicional, el marketing digital permite alcanzar a grandes audiencias con menor inversión (Rodas-Pérez et al., 2022).

2.3.6 Streaming

El streaming se refiere a la transmisión de contenido multimedia, ya sea en vivo o grabado, que se reproduce en tiempo real a través de Internet en computadoras y dispositivos móviles. Entre los formatos más comunes se incluyen webcasts, podcasts, películas, programas de televisión y videos musicales; a diferencia de las descargas tradicionales, los archivos de streaming se transmiten en paquetes secuenciales de datos y no se almacenan de forma permanente en el dispositivo del usuario, esto permite disfrutar del contenido mientras se sigue enviando el resto del material (Chóez, 2023). Para realizar una transmisión de streaming se requiere:

- Conexión a Internet rápida y estable
- Acceso o suscripción a un servicio compatible y un dispositivo adecuado
- Componentes que incluyen un computador, tarjeta de sonido para capturar el audio en directo
- Software que codifique y envíe la señal a los servidores de streaming (Chóez, 2023).

Las plataformas de streaming se consolidaron como líderes en el mercado de entretenimiento y superaron incluso a la televisión paga, tendencia que se intensificó durante la pandemia de COVID-19 en 2020, cuando millones de personas permanecieron en sus hogares y se suscribieron masivamente a servicios como Netflix, Amazon Prime Video y HBO Max. Esta preferencia por el streaming continuó incluso después del confinamiento y evidenció un cambio en los hábitos de consumo que obliga a los productores culturales a adaptarse a nuevas formas de distribución o enfrentar la obsolescencia (Bolognesi, 2023).

El streaming ofrece una experiencia personalizada e interactiva que difiere de la cultura tradicional; los usuarios acceden a recomendaciones basadas en sus intereses, interactuar con contenido adicional y conectar con sus personajes mediante redes sociales, esta personalización permite que la experiencia sea única, a pesar de utilizar la misma plataforma que otros usuarios, así se fortalece la fidelización y valor percibido del servicio (Bolognesi, 2023).

El crecimiento del streaming también está impulsado por el aumento del acceso a Internet y dispositivos móviles. Según el informe Digital 2021 de We Are Social y Hootsuite, el 59,5% de la población mundial es usuaria de Internet, mientras que el 66,6% accede a contenido desde dispositivos móviles. Esta conectividad convierte el streaming en una alternativa flexible y accesible frente a la televisión tradicional, además de facilitar la visualización y la producción de contenidos, así se consolida su posición como un pilar de la industria cultural y del entretenimiento moderno (Bolognesi, 2023).

2.3.7 Etiqueta y protocolo

El concepto de protocolo, según la Real Academia Española, se entiende como un conjunto de reglas establecidas por norma o costumbre para ceremonias y actos solemnes, así como normas que regulan la comunicación entre sistemas. A menudo se confunde con el término ceremonial, que hace referencia a las formalidades de los actos públicos o privados, o con la etiqueta, entendida como el ceremonial de usos y

costumbres en contextos públicos o privados, donde se diferencian la etiqueta social, vinculada al comportamiento correcto en la vida social, y la etiqueta empresarial, orientada al ámbito profesional (Escuela Internacional de Protocolo Gerardo Correas, 2020).

Hoy en día, el protocolo no se limita a ceremonias oficiales o diplomáticas, sino que constituye una herramienta estratégica para fortalecer la identidad corporativa en cualquier espacio de interacción, interna o externa. Su correcta aplicación requiere profesionales especializados capaces de coordinar actos, integrar técnicas de comunicación y relaciones públicas, y garantizar coherencia en la imagen de la empresa. En un contexto globalizado, disponer de un departamento o servicio de protocolo es esencial para diferenciar a la organización, transmitir credibilidad y reforzar la relación con todos sus públicos (Escuela Internacional de Protocolo Gerardo Correas, 2020).

2.3.8 Relaciones humanas

Las relaciones humanas son el conjunto de conductas, actitudes y respuestas que las personas adoptan al interactuar con otros, a través de la comunicación verbal y no verbal, favorece vínculos cordiales y amistosos. En un contexto social o comunitario, toda interacción entre seres humanos implica establecer relaciones que, en muchos casos, se desarrollan en función de jerarquías y mediante distintos tipos de comunicación (Espinoza, 2024).

Las relaciones humanas son importantes para el desarrollo del potencial individual, pues constituyen la base de toda organización social, desde pequeñas comunidades hasta grandes ciudades; toda relación, por definición, requiere al menos dos personas y se nutre de la interacción mutua. En el ámbito laboral las relaciones humanas son más evidentes porque unas relaciones deficientes afectan la productividad y la eficiencia de las empresas. Además, la neurociencia demostró que el cerebro está diseñado para la sociabilidad, las interacciones positivas tienen un impacto biológico favorable,

fortalecen el corazón y el sistema inmunológico; mientras que las relaciones negativas generan efectos perjudiciales comparables a venenos emocionales (Espinoza, 2024).

Los factores que intervienen en la calidad de las relaciones humanas según Espinoza (2024) son:

- Comunicación: Escuchar de forma activa, expresarse con claridad y comprender la perspectiva del otro.
- Empatía: Ponerse en el lugar de los demás y reconocer sus emociones, se facilita vínculos más significativos.
- Respeto: Reconocer y valorar las diferencias individuales, tratándose mutuamente con cortesía y consideración.
- Confianza: Ser honesto, cumplir compromisos y demostrar fiabilidad, base de cualquier relación saludable.
- Resolución de conflictos: Afrontar los desacuerdos de manera constructiva y buscar soluciones que beneficien a todas las partes.

2.3.9 Relaciones publicas

Las relaciones públicas son una disciplina estratégica encargada de gestionar la comunicación entre una organización y sus diferentes públicos, con el propósito de construir, mantener y fortalecer una imagen positiva. Aunque sus raíces se rastrean hasta la antigüedad, cuando las comunidades buscaban legitimar la autoridad de sus líderes, hoy en día se apoyan en métodos, herramientas y estrategias de comunicación orientadas a conectar empresas, marcas, productos o personas con la sociedad. En este sentido, las relaciones públicas. Actúan como un puente comunicacional que favorece la confianza, el reconocimiento y la reputación (Espinoza, 2024).

Las funciones de las relaciones públicas según Espinoza (2024) son:

- Análisis y planificación estratégica: Evaluar la organización en sus distintas dimensiones para diseñar planes de comunicación que

transmitan mensajes coherentes con la identidad y objetivos de la empresa.

- Gestión de la imagen: Proteger, mantener y fortalecer la reputación institucional frente a los medios y la opinión pública.
- Comunicación organizacional: Centralizar las demandas comunicativas de la empresa, coordinar mensajes internos y externos para evitar inconsistencias.
- Vínculo con los públicos: Establecer relaciones con audiencias, fomentar la confianza y recucir conflictos o malentendidos.

2.3.10 Liderazgo

El liderazgo constituye una herramienta importante para abordar y resolver problemas complejos; los estilos de liderazgo, entendidos como patrones de conducta, influyen de manera decisiva en la eficiencia y efectividad de los procesos estratégicos. Existen estilos de liderazgo orientados a resolver problemas futuros que son difíciles de prever, y otros que se enfocan en enfrentar problemas presentes. El primero promueve la transformación y el cuestionamiento del *statu quo*, mientras que el segundo se centra en la transacción y en la preservación del orden existente (Riquelme-Castañeda et al., 2020).

Los tipos de liderazgo son:

Liderazgo transformacional: Impulsa la innovación, el cambio y la adaptación, desafía las estructuras establecidas, asume riesgos y motiva a los equipos ante escenarios inciertos o complejos. Este estilo se asocia a culturas colaborativas, donde se comparten objetivos comunes y se fomenta la participación activa de los miembros (Riquelme-Castañeda et al., 2020).

Liderazgo transaccional: Se enfoca en mantener la estabilidad, controlar procesos, minimizar riesgos y garantizar la eficiencia mediante normas, supervisión, recompensas o sanciones. Es característico de culturas organizacionales competitivas, donde el cumplimiento se asegura mediante incentivos y control estructurado (Riquelme-Castañeda et al., 2020).

Los dos tipos de liderazgo son complementarios, pues, el liderazgo transformacional requiere una base transaccional que genere confianza, coherencia y fiabilidad entre los seguidores, mientras que el transaccional se beneficia de la flexibilidad y visión estratégica del transformacional, mejora así la racionalidad en la toma de decisiones (Riquelme-Castañeda et al., 2020).

2.3.11 Trabajo en equipo

El trabajo en equipo es un recurso importante para alcanzar el éxito en proyectos u objetivos organizacionales, el mismo se basa en la cooperación de todos los miembros, cuyos esfuerzos individuales se potencian para lograr resultados más efectivos, es decir, cada integrante aporta sus habilidades y opiniones, armonizándolas para cumplir metas comunes (Paravic & Lagos, 2021).

Un equipo está conformado por dos o más personas que interactúan de manera presencial o virtual, comparten objetivos, roles y responsabilidades, y dependen mutuamente en cuanto a la carga de trabajo y los resultados. Esta interdependencia permite el desarrollo de los miembros, fomenta la participación compartida en el liderazgo y aumenta la satisfacción y compromiso con las tareas realizadas (Paravic & Lagos, 2021).

La implementación del trabajo en equipo implica también la descentralización de la toma de decisiones, reducir niveles jerárquicos y promover la autogestión, cabe indicar que, para que el trabajo en equipo deje de ser una moda y se convierta en un modo de gestión, se requiere convicción, políticas, actitudes proactivas y acciones de integración en todos los niveles de la organización. De este modo, todos los colaboradores,

independientemente de su puesto o remuneración, perciben el trabajo en equipo como una forma efectiva de administración (Paravic & Lagos, 2021).

2.4. Marco Legal

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Art. 16.- Toda persona, ya sea de manera individual o colectiva, tiene derecho a una comunicación libre, diversa, participativa e incluyente, en todos los espacios de interacción social. Este derecho abarca el uso de cualquier medio, forma, idioma o símbolo propio, además, se reconoce el acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación como un derecho fundamental (Constitución de La República Del Ecuador, 2008).

Art. 19.- La ley debe garantizar que en la programación de los medios prevalezcan contenidos con fines informativos, educativos y culturales. Asimismo, debe fomentar espacios para la difusión de la producción nacional independiente (Constitución de La República Del Ecuador, 2008).

2.4.2 Ley Orgánica de Comunicación

Art. 3.- Contenido comunicacional. – Para efectos de esta Ley, se considera como contenido toda información u opinión que sea producida, recibida, difundida o intercambiada a través de los distintos medios de comunicación social (Ley Orgánica de Comunicación, 2019).

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. – En el marco de la presente Ley, se reconoce que toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la posibilidad de buscar, recibir y difundir información por medios orales, escritos, impresos, artísticos o cualquier otro mecanismo de su elección; también incluye la garantía de no ser perturbado ni sancionado por la expresión de sus opiniones (Ley Orgánica de Comunicación, 2019).

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. – Se establece que todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública transmitida a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y presentada con el contexto adecuado, de manera que se asegure su calidad (Ley Orgánica de Comunicación, 2019).

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. – Para efectos de esta Ley, los contenidos difundidos en radiodifusión sonora, televisión, canales locales de sistemas de audio y video por suscripción, así como en medios impresos, deben ser identificados y clasificados en las siguientes categorías:

a. Informativos -I;

b. De opinión -O;

c. Formativos/educativos/culturales -F;

d. Entretenimiento -E;

e. Deportivos -D; y,

f. Publicitarios -P (Ley Orgánica de Comunicación, 2019).

2.4.3 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos. – Se entiende por emprendimientos unipersonales, familiares o domésticos a las personas o grupos que desarrollan actividades económicas de pequeña escala, ya sea en la producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Estas actividades son realizadas por trabajadores independientes o por pequeños núcleos familiares, organizados como sociedades de hecho, con el objetivo de satisfacer necesidades mediante la generación de ingresos y el intercambio de bienes o servicios, los emprendimientos promueven la creación de trabajo y empleo entre sus propios miembros (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

2.4.4 Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación

Artículo 3.- Definiciones: Para efectos de esta Ley, se establecen las siguientes definiciones:

- Emprendimiento: Proyecto con una antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad. Implica organización y desarrollo, conlleva riesgos y tiene como objetivo generar utilidad, empleo y contribuir al desarrollo.
- Innovación: Proceso creativo mediante el cual se desarrolla un producto, diseño, proceso, servicio, método u organización nuevo, o se agrega valor a los existentes.
- Emprendedor: Persona natural o jurídica que busca generar un beneficio, actuando de manera individual o colectiva. Son individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan proyectos y organizan los recursos necesarios para materializarlos (Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación, 2020).

Artículo 4.- Principios: Los principios que rigen esta Ley son:

- **Articulación:** Cooperación y sinergia entre actores públicos, privados, mixtos, de la economía popular y solidaria, y la academia, con el fin de fortalecer el ecosistema emprendedor e innovador.
- **Desarrollo económico:** Impulsar el crecimiento económico mediante emprendimiento e innovación, de manera justa, democrática, productiva, solidaria y sostenible, promueve la generación de riqueza, empleo digno y estable (Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación, 2020).

2.4.5 Estatuto de la UEB

Art. 2.- Objeto: El presente estatuto tiene como finalidad regular los procesos institucionales para garantizar el derecho a una educación superior de calidad, promover la excelencia, la interculturalidad, el acceso universal, la permanencia, la

movilidad y la graduación sin discriminación alguna, asegurar la gratuidad en las instituciones públicas hasta el tercer nivel académico (Estatuto de La Universidad Estatal de Bolívar, 2022).

Art. 66.- Dirección de Investigación y Vinculación: Es la responsable de gestionar los procesos de investigación y vinculación, en coordinación con la academia, con el propósito de contribuir al cumplimiento de la visión, misión, objetivos y metas institucionales (Estatuto de La Universidad Estatal de Bolívar, 2022).

Art. 76.- De los Comités: Deberes y Atribuciones

b) Facilitar espacios de mediación entre las partes involucradas en situaciones de incumplimiento del Código de Ética.

c) Velar por la correcta producción del conocimiento e investigación, cumpliendo con la normativa legal vigente.

d) Emitir observaciones sobre el carácter ético de los trabajos de investigación y proyectos de vinculación de la Universidad, apoyándose en los criterios de las Comisiones correspondientes.

e) Analizar los casos de incumplimiento del Código de Ética y remitirlos a las instancias competentes cuando se requiera la aplicación de sanciones civiles, penales o administrativas.

2.5. Marco Goerreferencial

La presente investigación se realiza en la Universidad Estatal de Bolívar, ubicada en la provincia Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Guanujo, como se visualiza en la figura 1.

Figura 1

Ubicación de la Universidad Estatal de Bolívar



Nota: Ubicación de la UEB donde se realiza el proyecto de investigación. Tomado de Google maps

La Universidad Estatal de Bolívar proyecta consolidarse como una institución de Educación Superior humanista, social, participativa, intercultural y tecnológica, abierta a modelos de innovación educativa como el conectivismo, la ecología de saberes, la complejidad sistémica y el humanismo, para ello, integra la participación activa de todos los actores de su comunidad académica (Universidad Estatal de Bolívar, 2020).

La UEB impulsa el desarrollo de capacidades para la toma de decisiones estratégicas, la innovación, el emprendimiento y creación de startups, el fomento de redes multidisciplinarias de investigación, la movilidad internacional y la recuperación del liderazgo intelectual, tecnológico y humanista, todo ello sustentado en la ética y la formación integral de sus estudiantes (Universidad Estatal de Bolívar, 2020).

Misión de la UEB

La Universidad Estatal de Bolívar se dedica a la formación de profesionales altamente competentes, mediante la docencia, la investigación y la vinculación con la sociedad,

realizado bajo un sistema de aseguramiento de la calidad, con el propósito de aportar al desarrollo tanto local como nacional (Universidad Estatal de Bolívar, 2020).

Visión de la UEB

Para el año 2025 la Universidad Estatal de Bolívar se proyecta como una Institución de Educación Superior de excelencia, reconocida por sus altos estándares de calidad, su articulación con la sociedad y su contribución significativa al progreso local y nacional (Universidad Estatal de Bolívar, 2020).

Carrera de Comunicación

La Carrera de Comunicación se sustenta en un modelo holístico y sistémico, que permite la construcción de conocimientos y aprendizajes integrales, se trata de una formación interdisciplinaria, transdisciplinaria y multidisciplinaria, que articula diversas corrientes de pensamiento, combinando teoría y práctica para ofrecer soluciones a problemáticas sociales. La Carrera de Comunicación forma a futuros profesionales con bases en televisión, radio, medios impresos, relaciones públicas, periodismo digital y gestión de medios, garantiza una preparación integral y orientada a las necesidades del sector (Universidad Estatal de Bolívar, 2020).

Misión Carrera de Comunicación

Formar profesionales altamente competentes en comunicación social, con estándares académicos, capacidad de investigación y vinculación, guiados por principios éticos y morales, para aportar de forma efectiva a la solución de los desafíos sociales (Universidad Estatal de Bolívar, 2020).

Visión Carrera de Comunicación

Para el año 2025 la Carrera de Comunicación se consolidará como una unidad académica de excelencia, estrechamente vinculada con la sociedad y comprometida con el desarrollo local y nacional (Universidad Estatal de Bolívar, 2020).

Aporte a la investigación: La proyección institucional hacia la excelencia académica, participación activa de los actores de la comunidad y el fomento de competencias para la toma de decisiones estratégicas y el emprendimiento proporcionan un contexto favorable para explorar la viabilidad de nuevas iniciativas comunicacionales. Se asegura que, los futuros profesionales estén preparados para desarrollar proyectos autogestionados que respondan a problemáticas reales y fortalezcan la interacción entre la universidad y la sociedad, en consonancia con la misión y visión institucional y de la carrera de Comunicación.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1 Descriptiva

La investigación descriptiva se centra en detallar los fenómenos observados y describir sus características, relaciones y comportamientos tal como ocurren en la realidad, este tipo de investigación permite a los investigadores comprender con claridad el contexto y los elementos implicados (Hernández & Mendoza, 2023), por lo que, la presente investigación es de corte descriptivo, ya que se enfoca en detallar de manera amplia las características y particularidades más relevantes para el diseño de un modelo de autogestión para la comisión de protocolo y streaming de la carrera de Comunicación de la UEB en el contexto local e institucional.

3.6.1 Exploratoria

La investigación exploratoria tiene como propósito la aproximación a elementos poco conocidos y esto permite identificar variables relevantes y generar un marco conceptual, mismo que, abre nuevas líneas de estudio y orienta más investigaciones al respecto en el futuro (Hernández & Mendoza, 2023), desde esta perspectiva permite en la presente investigación identificar las necesidades reales del contexto institucional y local entorno a las actividades de la comisión de protocolo y streaming de la carrera de Comunicación de la UEB con fines de institucionalizar las actividades comunicacionales como un emprendimiento sostenible y de fortalecimiento en la formación académica.

3.6.2 De campo

La investigación de campo permite a los investigadores recopilar información de manera directa en el entorno donde ocurre el fenómeno de estudio, facilita también una comprensión más cercana y realista de la situación, los datos obtenidos resultan útiles

para analizar contextos específicos y generar información confiable primaria (Hernández & Mendoza, 2023), en este sentido, el investigador pudo conocer de primera mano las condiciones en las que funciona las comisión de protocolo y streamig y la realidad de los estudiantes y docentes de la carrera de Comunicación de la UEB, utilizando técnicas e instrumentos de investigación científica.

3.2. Enfoque de la investigación

3.2.1 Mixto

El enfoque mixto en investigación combina estrategias cuantitativas y cualitativas para proporcionar un análisis completo de los fenómenos estudiados, de este modo, mientras los métodos cuantitativos permiten medir y establecer relaciones entre variables de manera objetiva, los cualitativos facilitan la comprensión de significados, percepciones y experiencias de los participantes (C. Rodríguez et al., 2021), de esta manera, ambos enfoques se aplican en la presente investigación: en primer lugar, mediante la recolección de información relevante a través de la revisión bibliográfica; y en segundo lugar, mediante la aplicación de encuestas y su posterior análisis e interpretación de los datos obtenidos.

3.3 Método de investigación

3.3.1 Deductivo

Permite al investigador partir de principios generales, teorías o leyes preliminarmente establecidas para analizar situaciones específicas (Vizcaíno et al., 2023), así, para este estudio se aplicó el método deductivo, ya que se partió de teorías y principios previamente establecidos en el marco científico relacionados con la temática, para luego, con estos fundamentos generales avanzar hacia el análisis de aspectos específicos, como la aplicación de los instrumentos de investigación, este enfoque permitió precisar la información obtenida, fortalecer el análisis de los datos y garantizar resultados más fundamentados.

3.6.3 Inductivo

Se basa en la observación y análisis de casos específicos para generar conclusiones generales o formular teorías (Vizcaíno et al., 2023), se empleó este método mediante la aplicación de encuestas dirigidas a la comunidad universitaria, con el objetivo de generar conocimiento a partir de los datos obtenidos, de esta manera, se examinaron las percepciones de los participantes para derivar conclusiones generales sobre el modelo de autogestión de la Comisión de Protocolo y Streaming de la carrera de Comunicación de la UEB.

3.6.4 Analítico sintético

Combina la descomposición de un fenómeno en sus componentes esenciales para analizarlos con la posterior integración de esos elementos para comprender el fenómeno en su totalidad, es decir, la síntesis (Vizcaíno et al., 2023), este método se integra en el presente estudio al descomponer el fenómeno de investigación que son la factibilidad y la sostenibilidad ya que, se realizó un estudio al interior de la UEB e instituciones de la localidad para identificar la necesidad de proyectos de autogestión. Integrar estos hallazgos ofrece una comprensión del fenómeno y permite plantear conclusiones sobre cómo los proyectos de autogestión se desarrollan de manera efectiva.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Encuesta

Se trata de una herramienta utilizada de forma amplia en investigación, ya que posibilita la obtención directa de información veraz que proviene de las personas que constituyen el objeto de estudio. El instrumento de la encuesta es el cuestionario (Salas, 2020). Se realizó una encuesta a ocho decanos de las correspondientes facultades de la UEB, a 26 coordinadores de cada carrera que oferta la universidad, rector y dos vicerrectores, además, se aplicó a directivos de instituciones públicas del cantón Guaranda.

La primera encuesta constó de nueve preguntas cerradas y fue dirigida al personal interno de la UEB, mientras que, la segunda encuesta constó de cinco preguntas cerradas y fue dirigida al personal externo a la UEB, es decir, directivos de las instituciones públicas del cantón Guaranda.

3.6.5 Entrevista

Es una técnica de recolección de datos en la investigación que consiste en la interacción directa entre el investigador y los participantes, con el fin de obtener información sobre sus opiniones, experiencias, actitudes o comportamientos (Hernández & Mendoza, 2023). Se aplicó una entrevista estructurada a la coordinadora de la carrera de Comunicación de la UEB y a un experto en comunicación con manejo idóneo en imagen institucional.

3.5. Universo, Población y Muestra

3.5.1 Población

La población es conjunto de elementos que poseen características comunes y sobre los cuales se desea obtener información y aplicar los resultados del estudio (Salas, 2020). La población a quienes se aplicó la encuesta en la presente investigación es: 26 coordinadores de carrera y ocho decanos de las facultades de la UEB, rector y dos vicerrectores. La población también son los directivos de comunicación de instituciones como:

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Guaranda
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de la provincia Bolívar
- Empresa Municipal de Agua Potable de Guaranda
- Contraloría General del Estado
- Ministerio de Salud Pública
- Ministerio de Educación
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca
- Agrocalidad

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria
- Unidades Educativas
- Gobernación de la Provincia Bolívar
- Casa de la Cultura

Por otro lado, la población a quienes se aplicó la entrevista es la coordinadora de la carrera de comunicación de la UEB y a una persona experta en comunicación que maneje imagen institucional

3.6.6 Muestra

Para esta investigación se aplicó el muestreo por conveniencia, donde se consideró a toda la población definida. En el caso de la encuesta a directivos de la UEB, la muestra estuvo conformada por 49 participantes: 26 coordinadores, ocho decanos, un rector, dos vicerrectores.

La segunda encuesta dirigida a los directivos de las instituciones públicas., estuvo compuesta por 12 personas de mencionadas instituciones. Por otro lado, para la entrevista, se contó con dos informantes: la coordinadora de la carrera de Comunicación y un experto en el área.

3.7 Procesamiento de la información

Para la presente investigación se utilizó información obtenida a través de fuentes primarias y secundarias, misma fue analizada para cumplir con cada objetivo planteado.

Con respecto al primer objetivo, que consiste en identificar la necesidad local e institucional de la Comisión de Protocolo y Streaming de la UEB, se aplicaron entrevistas y encuestas a directivos de la UEB como de instituciones públicas y, una vez obtenida la información, se realizó el análisis e interpretación de los datos mediante tablas y gráficos.

Para los objetivos segundo y tercero, que buscan determinar la normativa de funcionamiento de las Comisiones de Protocolo y Streaming para eventos institucionales dentro y fuera de la UEB, y establecer el presupuesto necesario para su operación, se elaboró un modelo de diseño de proyecto de autogestión que integre estos aspectos.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Procesamiento de la información de encuesta a directivos de la UEB

Se realizó una encuesta a 8 decanos de las correspondientes facultades de la UEB, a 26 coordinadores de cada carrera que oferta la universidad, rector y dos vicerrectores. Los resultados y su interpretación se presentan a continuación:

Tabla 3

Necesidades de apoyo logístico de la institución para eventos

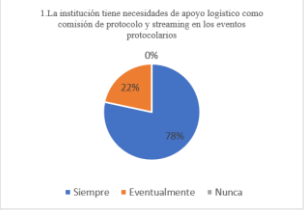
1.La institución tiene necesidades de apoyo logístico como comisión de protocolo y streaming en los eventos protocolarios

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	78%
Eventualmente	8	22%
Nunca	0	0%
Total	**37**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Gráfico 1

Necesidades de apoyo logístico de la institución para eventos



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Análisis e Interpretación: Los resultados muestran que el 78% de los directivos de la UEB considera que la institución siempre requiere apoyo logístico en los eventos protocolarios, mientras que el 22% lo percibe de manera eventual y ninguno manifestó que no sea necesario. Esto evidencia que existe una demanda de los servicios de la comisión de protocolo y streaming, se justifica su relevancia dentro de las actividades institucionales y proyecta la necesidad de fortalecer su estructura.

Tabla 4

Importancia de la promoción de la participación de la comisión

2. Considera que es importante promover la participación de la comisión de protocolo y streaming a nivel provincial

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	97%
No	1	3%
Total	**37**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Gráfico 2

Importancia de la promoción de la participación de la comisión



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Análisis e Interpretación: El 97% de los encuestados considera que es importante promover la participación de la comisión a nivel provincial, mientras que solo un 3% lo descarta. Quienes respondieron de forma afirmativa señalaron que la presencia de la comisión es relevante para la imagen institucional de la UEB, ya que permite dar a conocer sus servicios de streaming, fortalecer la visibilidad de la universidad y de la carrera, además de aportar a la proyección de la provincia en la organización de eventos. En contraste, quienes se mostraron en desacuerdo argumentaron que la comisión debería limitarse al ámbito interno de la universidad. Estos resultados reflejan una aceptación y valoración del rol de la comisión, se destaca que su participación a nivel provincial beneficia a la institución y puede posicionarla como referente en la organización de eventos en la provincia de Bolívar.

Tabla 5

La participación de la comisión sería un referente de la imagen de la UEB

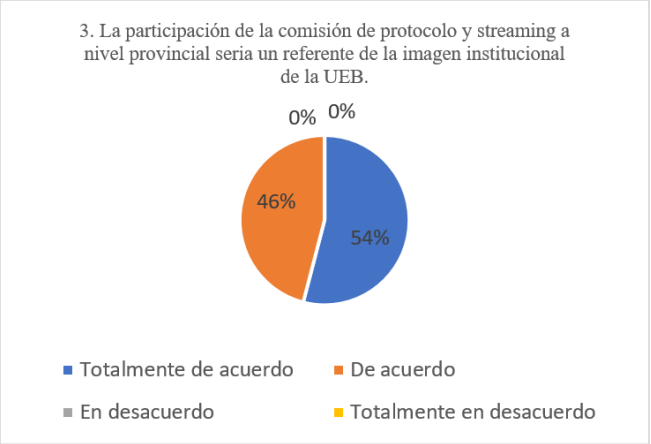
3. Considera que la participación de la comisión de protocolo y streaming a nivel provincial sería un referente de la imagen institucional de la UEB.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	20	54%
De acuerdo	17	46%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	**37**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Gráfico 3

La participación de la comisión sería un referente de la imagen de la UEB



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Análisis e Interpretación: La totalidad de los encuestados está de acuerdo en que la comisión puede constituirse en un referente de la imagen de la UEB, con un 54% totalmente de acuerdo y un 46% de acuerdo. Esta unanimidad demuestra que la comisión cumple funciones logísticas, además fortalece la identidad y prestigio institucional, esto refuerza la necesidad de su consolidación mediante proyectos de autogestión.

Tabla 6

Necesidad que la comisión sea autogestionada

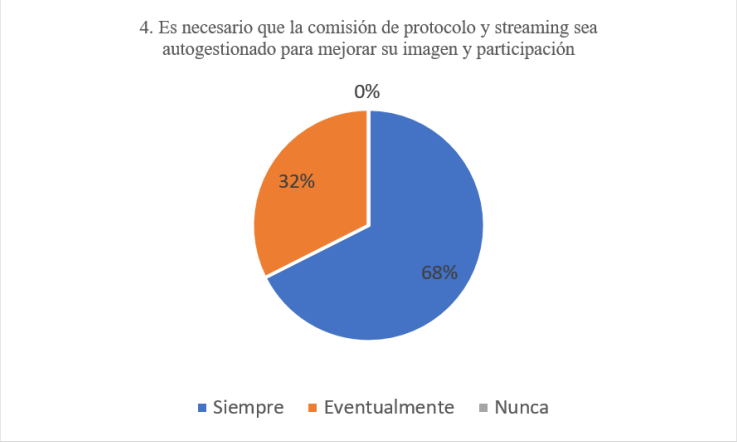
4. Considera necesario que la comisión de protocolo y streaming sea autogestionado para mejorar su imagen y participación

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	25	68%
Eventualmente	12	32%
Nunca	0	0%
Total	**37**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Gráfico 4

Necesidad que la comisión sea autogestionada



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Análisis e Interpretación: Un 68% de los directivos de la UEB considera que la comisión debe autogestionarse siempre, mientras que el 32% lo visualiza como eventual. Ninguno niega la necesidad de esta modalidad y esto indica que existe una predisposición positiva hacia la autogestión como mecanismo para fortalecer su funcionamiento, independencia y proyección.

Tabla 7

La autogestión aportaría de forma positiva a la comisión

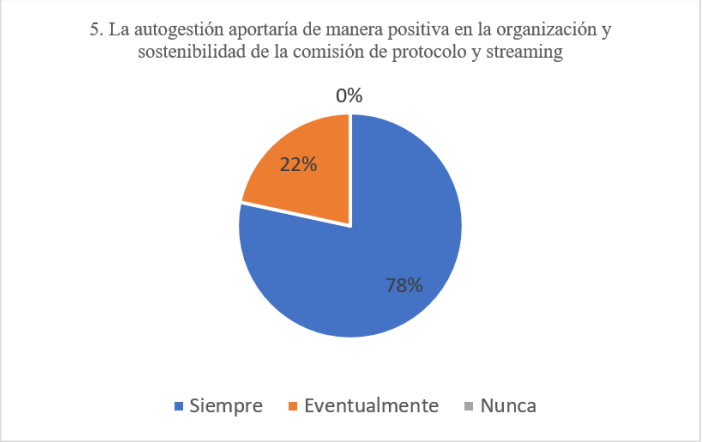
5. Considera que la autogestión aportaría de manera positiva en la organización y sostenibilidad de la comisión de protocolo y streaming

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	78%
Eventualmente	8	22%
Nunca	0	0%
Total	**37**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Gráfico 5

La autogestión aportaría de forma positiva a la comisión



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Análisis e Interpretación: El 78% afirma que la autogestión siempre aportaría de forma positiva, mientras que un 22% lo percibe de manera eventual. Estos resultados reflejan un consenso en torno a que la autogestión es un factor relevante para la sostenibilidad y organización interna de la comisión, además, promueve un mejor aprovechamiento de los recursos y una mayor autonomía.

Tabla 8

La institución puede cancelar un rubro económico por la participación de la comisión

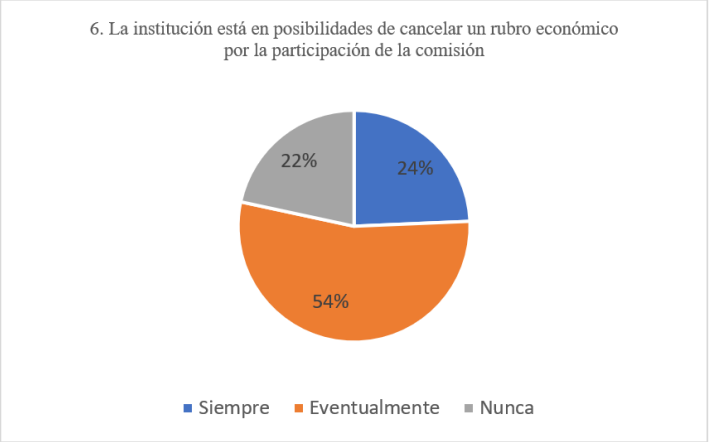
6. La institución está en posibilidades de cancelar un rubro económico por la participación de la comisión en sus eventos protocolarios

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	24%
Eventualmente	20	54%
Nunca	8	22%
Total	**37**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Gráfico 6

La institución puede cancelar un rubro económico por la participación de la comisión



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Análisis e Interpretación: El 54% de los encuestados considera que la UEB eventualmente puede cubrir un rubro económico por los servicios de la comisión, un 24% cree que siempre es posible y un 22% indica que nunca. Esta dispersión de respuestas revela que, aunque existe cierta apertura al financiamiento, la UEB enfrenta limitaciones económicas que condicionan la sostenibilidad de la comisión únicamente con aportes institucionales, haciendo necesario complementar con proyectos de autogestión.

Tabla 9

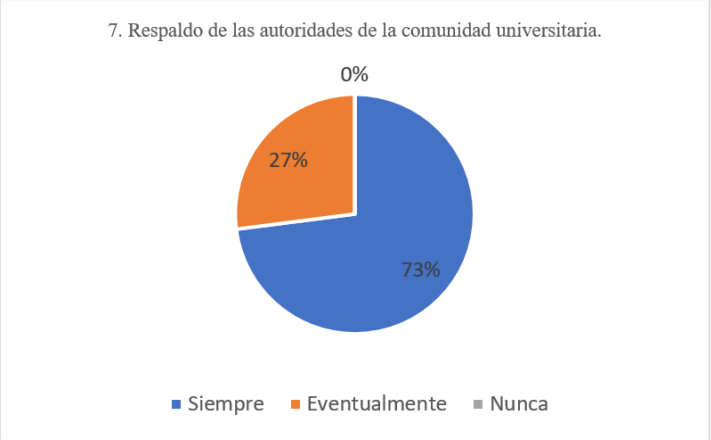
Respaldo de las autoridades al proyecto de autogestión

7. De generarse un proyecto de autogestión para la sostenibilidad de la comisión de protocolo y streaming mantendría el respaldo de las autoridades de la comunidad universitaria.		
Respuestas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Siempre	27	73%
Eventualmente	10	27%
Nunca	0	0%
Total	**37**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Gráfico 7

Respaldo de las autoridades al proyecto de autogestión



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Análisis e Interpretación: Un 73% afirma que las autoridades siempre respaldarían un proyecto de autogestión, mientras que el 27% lo haría de forma eventual. No se registraron respuestas negativas, esto evidencia un apoyo institucional adecuado hacia la implementación de este proyecto de autogestión para así generar un entorno favorable para su ejecución y permanencia.

Tabla 10

Factibilidad que la comisión genere ingresos propios

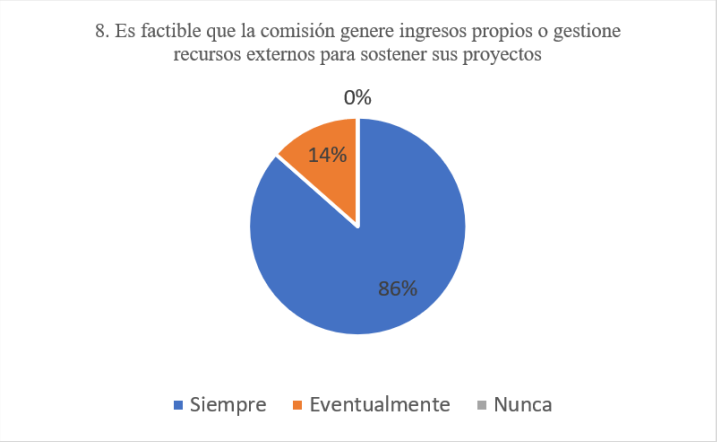
8. Considero factible que la comisión genere ingresos propios o gestione recursos externos para sostener sus proyectos en el tiempo.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	32	86%
Eventualmente	5	14%
Nunca	0	0%
Total	**37**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Gráfico 8

Factibilidad que la comisión genere ingresos propios



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Análisis e Interpretación: El 86% de los encuestados considera que la comisión siempre podría generar ingresos propios o gestionar recursos externos, mientras que un 14% lo percibe como eventual. Este resultado refleja un alto nivel de confianza en la capacidad de autogestión de la comisión y respalda la factibilidad de implementar estrategias financieras sostenibles.

Tabla 11

El trabajo articulado fortalece la sostenibilidad del proyecto de autogestión

9. El trabajo articulado entre la universidad y las instituciones externas fortalece la sostenibilidad del proyecto de auto gestión para la comisión de protocolo y streaming

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	78%
Eventualmente	8	22%
Nunca	0	0%
Total	**37**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Gráfico 9

El trabajo articulado fortalece la sostenibilidad del proyecto de autogestión



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los directivos de la UEB

Análisis e Interpretación: El 78% de los directivos de la UEB señala que la articulación entre la universidad e instituciones externas siempre fortalece la sostenibilidad del proyecto, y el 22% lo reconoce como eventual. Estos resultados destacan la importancia de la colaboración interinstitucional como estrategia esencial para garantizar la permanencia y fortalecimiento de la comisión de protocolo y streaming en el tiempo.

4.2 Procesamiento de la información de encuesta a directivos de instituciones públicas

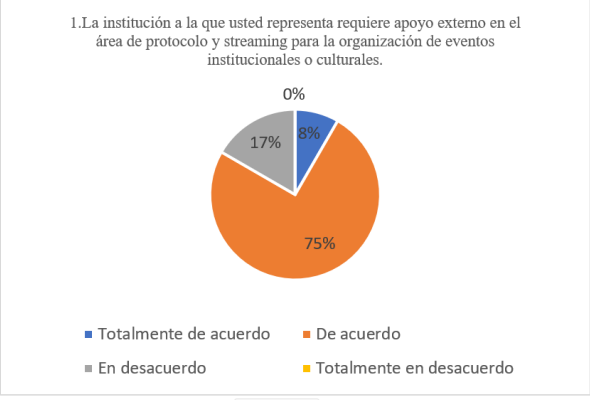
Se realizó una encuesta a 12 representantes de instituciones públicas del cantón Guaranda, las instituciones tomadas en cuenta para este estudio fueron GADM del cantón Guaranda, GADP de la provincia Bolívar, EMAPA-G, Contraloría General del Estado, MSP, MINEDUC, MAGP, Agrocalidad, ARCSA, Unidades Educativas, Gobernación de la Provincia Bolívar y Casa de la Cultura. Los resultados y su interpretación se presentan a continuación:

Tabla 12

Su institución requiere apoyo externo en protocolo y streaming

Gráfico 10

Su institución requiere apoyo externo en protocolo y streaming



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los representantes de instituciones públicas

Análisis e Interpretación: El 75% de los representantes de instituciones públicas encuestados manifestó estar de acuerdo y 8% totalmente de acuerdo con la necesidad de recibir apoyo externo en protocolo y streaming, mientras que, el 17% se mostró en desacuerdo. Esto evidencia que existe una demanda de acompañamiento en la organización de eventos institucionales, así, se posiciona a la de la UEB como un posible aliado estratégico para estas entidades.

Tabla 13

Requiere asistencia de la comisión de protocolo y streaming para eventos

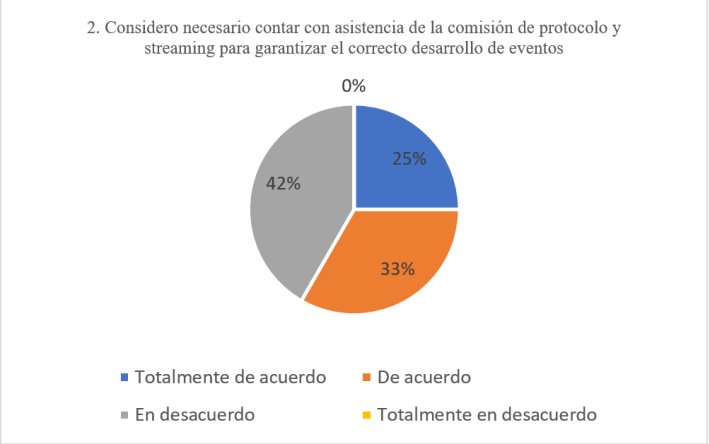
2. Considero necesario contar con asistencia de la comisión de protocolo y streaming para garantizar el correcto desarrollo de eventos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	25%
De acuerdo	4	33%
En desacuerdo	5	42%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	**12**	**100%**

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los representantes de instituciones públicas

Gráfico 11

Requiere asistencia de la comisión de protocolo y streaming para eventos



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los representantes de instituciones públicas

Análisis e Interpretación: El 33% de los encuestados indicó estar de acuerdo y 25% totalmente de acuerdo en necesitar asistencia de la comisión, mientras que un 42% expresó desacuerdo. Esto revela que, aunque existe interés en los servicios de la comisión, también se perciben dudas respecto a su pertinencia, por ello es importante fortalecer la propuesta de valor y los mecanismos de articulación con las instituciones públicas.

Tabla 14

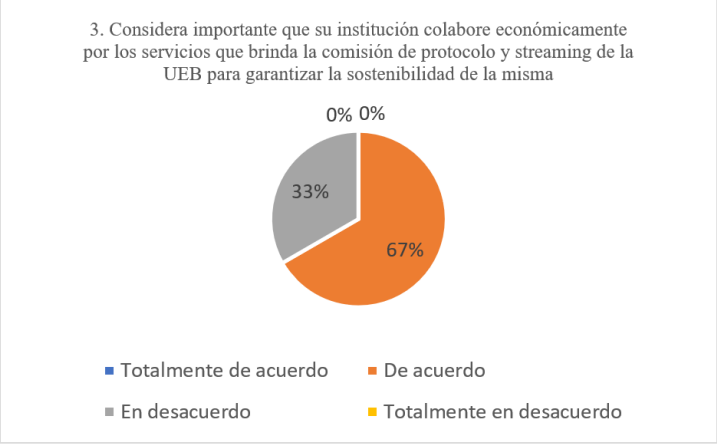
Importancia de colaborar económicamente por los servicios de la comisión

3. Considera importante que su institución colabore económicamente por los servicios que brinda la comisión de protocolo y streaming de la UEB para garantizar la sostenibilidad de la misma		
Respuestas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	8	67%
En desacuerdo	4	33%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	**12**	100%

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los representantes de instituciones públicas

Gráfico 12

Importancia de colaborar económicamente por los servicios de la comisión



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los representantes de instituciones públicas

Análisis e Interpretación: El 67% de los representantes considera importante que su institución aporte económicamente para los servicios de la comisión, mientras que el 33% no lo considera necesario. Estos resultados reflejan que, existe una disposición mayoritaria al financiamiento, sin embargo, hay resistencias institucionales al compromiso económico, por ello, es primordial diseñar esquemas flexibles de colaboración financiera que apoyen a la sostenibilidad de la comisión.

Tabla 15

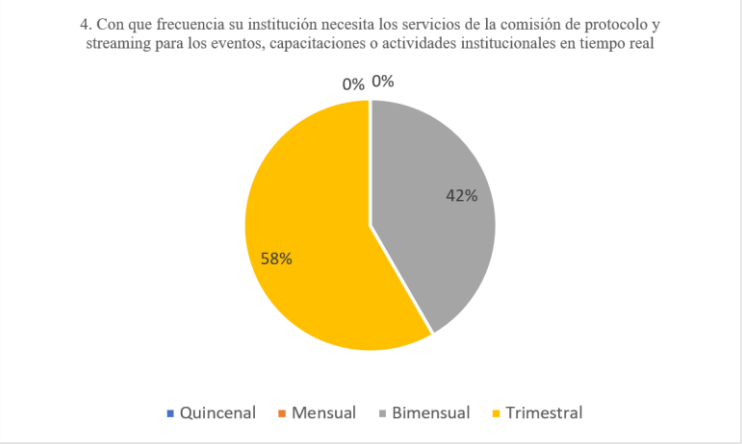
Frecuencia de necesidad de los servicios de la comisión de protocolo y streaming

4. Con que frecuencia su institución necesita los servicios de la comisión de protocolo y streaming para los eventos, capacitaciones o actividades institucionales en tiempo real		
Respuestas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Bimensual	5	42%
Trimestral	7	58%
Total	**12**	100%

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los representantes de instituciones públicas

Gráfico 13

Frecuencia de necesidad de los servicios de la comisión de protocolo y streaming



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los representantes de instituciones públicas

Análisis e Interpretación: Los resultados muestran que el 58% de instituciones públicas requerirían los servicios de la comisión de manera trimestral y en menor medida de forma bimensual, que corresponde al 42%. Esto indica que la demanda de los servicios de la comisión no es continua, sino periódica y planificada, este dato es importante para organizar estrategias de cobertura de acuerdo a los calendarios institucionales.

Tabla 16

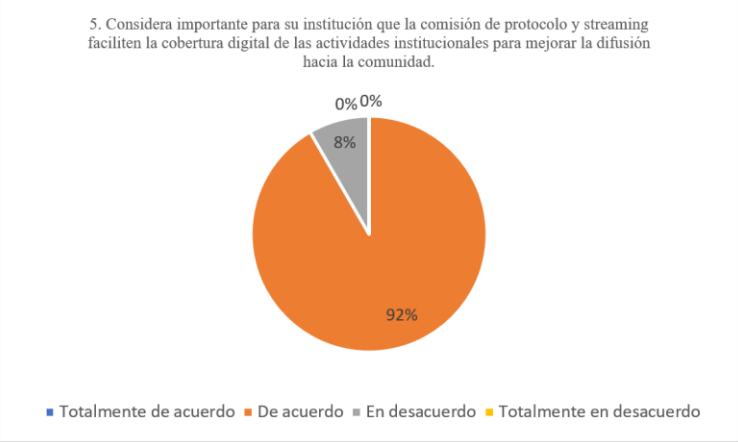
En su institución es importante que la comisión facilite la cobertura digital

5. Considera importante para su institución que la comisión de protocolo y streaming faciliten la cobertura digital de las actividades institucionales para mejorar la difusión hacia la comunidad.		
Respuestas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	11	92%
En desacuerdo	1	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	**12**	100%

Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los representantes de instituciones públicas

Gráfico 14

En su institución es importante que la comisión facilite la cobertura digital



Nota: Se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los representantes de instituciones públicas

Análisis e Interpretación: El 92% de los encuestados considera importante que la comisión brinde cobertura digital para difundir actividades institucionales, mientras que solo un 8% no lo considera así. Esta respuesta evidencia un consenso sobre la relevancia de la comunicación digital para acercar las actividades de las instituciones públicas a la ciudadanía.

4.3 Entrevista realizada a la Coordinadora de la Carrera de Comunicación

Se aplicó una entrevista estructurada a la coordinadora de la carrera de Comunicación de la UEB. Los resultados de la entrevista se exponen a continuación:

Fecha: Miércoles 24 de septiembre de 2025

Tabla 17

Análisis cualitativo de la entrevista a la coordinadora de la Carrera

Pregunta	Respuesta	Análisis
1. La autogestión de proyectos por parte de la comisión permitiría mejorar la eficiencia en la organización de eventos y actividades institucionales.	Yo considero que todo tema de autogestión permite viabilizar algunos aspectos interesantes, sin embargo, habría que realizar algún plan o una estrategia que permita que esto se vuelva efectivo. Porque para cualquier tipo de eventos o cualquier tipo de organización, la universidad si tiene sus rubros para cubrir algunos eventos, pero en realidad, para otros, como el tema de protocolo no se cuenta con esos recursos. Entonces como que a través de la autogestión eso sí impulsaría a poder desarrollar algunos otros aspectos interesantes que van a dar otro tipo de imagen a la universidad.	La respuesta evidencia que la autogestión es vista como una oportunidad estratégica para cubrir vacíos presupuestarios en protocolo y streaming. Sin embargo, se subraya la necesidad de un plan que garantice su efectividad y sostenibilidad.
2. Los reglamentos y estatutos actuales de la UEB favorecen la implementación de proyectos de autogestión en comunicación.	En realidad, la Universidad Estatal de Bolívar siempre ha tenido la unidad de comunicación, con la carrera de Comunicación la universidad siempre nos apoya en el sentido de nuestros laboratorios, requerimientos y necesidades que tengan nuestros estudiantes. Sin embargo, estamos en	Se interpreta que existe un apoyo institucional indirecto para iniciativas de autogestión, aunque condicionado por los recursos económicos y la gestión interna.

	este momento trabajando para implementar nuevos laboratorios, o sea, modernizar los laboratorios que tenemos en la carrera de Comunicación y obviamente eso se lo hace a través de la dirección de planeamiento de la Universidad Estatal de Bolívar, siempre y cuando se cuente con los recursos para nosotros poder hacerlo.	
3. ¿Cuál considera que es la necesidad principal de la comisión de protocolo y streaming dentro de la universidad y frente a instituciones externas?	Yo creo que en este momento una de las necesidades que nosotros tenemos puede ser el recurso, para mejorar vestimenta, para mejorar la imagen corporativa. En el tema del streaming, nosotros en estos últimos meses hemos recibido un equipo que es una computadora completamente nueva para nosotros poder hacer la transmisión, sin embargo, necesitamos de cables y otros elementos que son importantes para hacer el tema del streaming y también obviamente el apoyo a otras instituciones, porque a veces brindamos apoyo externo y lo que pedimos nosotros es que se nos dé la movilización y otros temas logísticos.	La comisión enfrenta limitaciones materiales y logísticas que afectan su desempeño. La falta de insumos básicos y de apoyo externo genera una dependencia de recursos que restringe la proyección de la comisión.
4. ¿Qué tipo de proyectos de autogestión cree que podrían implementar para fortalecer la sostenibilidad de la comisión?	Yo digo que, sí se requiere de apoyo de la Universidad Estatal de Bolívar en el tema de streaming y protocolo, porque en realidad esto lo hace la carrera de Comunicación, no lo hace la Unidad de Comunicación. Sería establecer convenios y a través de	La propuesta se orienta hacia alianzas estratégicas con instituciones externas como vía de autogestión. Esto refleja la importancia de articular convenios para asegurar recursos y condiciones

	esos convenios que se nos garantice el buen trato a nuestros estudiantes, el tema logístico y por supuesto algunas otras cosas que son elementales como la alimentación para los estudiantes.	adecuadas para la participación estudiantil.
5. ¿Qué capacidades o recursos considera esenciales para que la comisión pueda autogestionar proyectos de streaming y protocolo?	Yo creo que el acercamiento que es lo más importante, el acercamiento con autoridad e instituciones que de pronto puedan apoyarles	La respuesta evidencia que el capital relacional es fundamental para la autogestión. La capacidad de establecer redes de contacto y cooperación se convierte en un recurso esencial para el crecimiento y sostenibilidad de la comisión.
6. ¿Qué beneficios institucionales y sociales espera que generen los proyectos de la comisión?	Uno de los beneficios es que la Universidad Estatal de Bolívar siga posicionándose de buena manera, y que mejor que hacerlo a través de la comunicación. Como lo vamos a lograr, a través de los convenios que se puedan hacer de cooperación con algunas instituciones que requieran del servicio de streaming y protocolo y que efectivamente permitan que la Universidad sea nombrada y tenga una imagen positiva a nivel no solo de la provincia Bolívar sino a nivel nacional	Se interpreta que los proyectos de la comisión aportan a la proyección institucional y prestigio social, al consolidar a la universidad como un actor relevante en el ámbito comunicacional y cultural.
7. ¿Qué dificultades o retos identifica para la implementación y sostenibilidad de los proyectos autogestionados?	Que a veces lo que se manifiesta en un convenio no se dé, de pronto, me ha pasado que nosotros garantizamos que nuestros estudiantes vayan a diferentes lugares y luego me llaman que no tienen como regresar o que no les han dado ni agua. Entonces esas	El análisis muestra que la principal dificultad radica en la falta de cumplimiento y corresponsabilidad de las instituciones externas, esto afecta la motivación y participación estudiantil

	cosas se tornan como una brecha para que nuestros estudiantes en otra ocasión quieran apoyar	
8. ¿Qué normas, reglamentos o lineamientos rigen actualmente el funcionamiento de las comisiones de protocolo y streaming para eventos dentro y fuera de la UEB?	Nosotros en realidad lo que hacemos en este momento es recibir los correos electrónicos de las diferentes direcciones a nivel interno, externamente, le remiten al señor rector, el rector a nosotros y nosotros vemos si hay la viabilidad o no de participar en estos eventos. Digo esto porque por ejemplo en esta semana no tuvimos alumnos, nos pidieron un streaming pero es imposible porque nosotros nos apoyamos de nuestros estudiantes. Entonces en este momento consideramos que nosotros al ser una universidad pública brindamos el apoyo en diferentes espacios, pero un reglamento o un lineamiento como tal nosotros no tenemos, no poseemos un instrumento.	El análisis evidencia una debilidad normativa, ya que la comisión no cuenta con lineamientos o regalmentos que regulen su funcionamiento. Esta carencia limita su institucionalización y genera dependencia de decisiones coyunturales.
9. ¿Qué mecanismos de financiamiento o generación de recursos considera factibles para sostener la comisión de protocolo y streaming con estándares de calidad?	En algún momento se pensó desde la carrera de Comunicación que para los eventos externos podríamos establecer algún rubro y con ese rubro nosotros pudiéramos dotar a nuestros estudiantes de nuevas vestimentas, pañoletas, escarapelas, o sea cosas que se usan, sin embargo, ese es un tema que todavía se está conversando, un tema sensible, delicado.	Se interpreta que existe una alternativa de financiamiento en construcción, vinculada al cobro por servicios. No obstante, la sensibilidad del tema refleja que se requiere un proceso de socialización y validación institucional para hacerlo viable.

Nota: Se presenta los resultados de la entrevista aplicada a la coordinadora de la carrera de Comunicación de la UEB

4.4 Entrevista realizada al experto en Comunicación

Se aplicó una entrevista estructurada a un experto en comunicación. Los resultados de la entrevista se exponen a continuación:

Fecha: Miércoles 24 de septiembre de 2025

Nombre de la experta: Lic. Mariana García – Comunicadora de la UEB

Tabla 18

Análisis cualitativo de la entrevista al experto

Pregunta	Respuesta	Análisis
1. Según su experiencia, ¿qué servicios de protocolo y streaming tienen mayor demanda entre instituciones externas y cómo podrían implementarse de manera profesional?	Servicios con mayor demanda: transmisiones en vivo de eventos académicos, culturales e institucionales, cobertura protocolaria de actos oficiales. Esto se implementa con planificación, equipos técnicos estables y personal capacitado	La respuesta evidencia que los servicios más solicitados están vinculados a la difusión digital y la formalidad protocolaria, los cuales requieren una implementación profesional sustentada en infraestructura técnica y talento humano especializado. Esto indica la importancia de invertir en equipos y capacitación constante para garantizar calidad y confianza.
2. ¿Qué estrategias considera efectivas para promocionar o comercializar estos servicios, garantizando sostenibilidad y calidad?	Crear paquetes de servicios, mostrar casos de éxito, fortalecer la marca digital y usar redes sociales para promocionar, siempre realizando calidad técnica y atención al cliente.	La experta resalta que la sostenibilidad depende de una estrategia comercial integral, que combine marketing digital, diferenciación de servicios y testimonios de éxito. La comisión debe posicionarse con una identidad confiable y orientada a la calidad técnica.

3. ¿Qué tipos de proyectos autogestionados considera más apropiados para incrementar la visibilidad y consolidar la sostenibilidad de la comisión?	Talleres de formación, alquiler de equipos, cobertura de eventos externos y producción de contenido institucionales. Generan ingresos y visibilidad	La propuesta identifica proyectos con doble beneficio: por un lado, ingresos económicos y por otro, fortalecimiento de la imagen institucional. La combinación de capacitación, servicios externos y producción propia posiciona a la comisión como un actor con proyección académica y comercial.
4. ¿Cuáles son los factores clave para asegurar la eficacia, continuidad y éxito de la comisión de protocolo y streaming como proyecto de autogestión?	Liderazgo claro, roles definidos, capacitación constante, control de calidad y evaluación post evento para mejorar procesos	El éxito depende de una gestión organizacional eficiente, basada en liderazgo, estructura definida y mejora continua. La evaluación posterior a cada evento aparece como un mecanismo de retroalimentación indispensable para sostener la calidad y evitar la improvisación.
5. ¿Qué mecanismos o estrategias recomienda para coordinar el trabajo de la comisión con instituciones externas de manera eficiente y colaborativa?	Mecanismos de coordinación, planificación anticipada, cronogramas compartidos, comunicación fluida con responsables externos y uso de herramientas colaborativas digitales	La respuesta resalta la necesidad de una planificación estratégica compartida entre la comisión y los actores externos e internos. La comunicación efectiva y el uso de herramientas digitales optimizan la organización de los eventos.
6. ¿Qué impacto social y organizacional podría generar	Proyecta la imagen institucional, fortalece el sentido de pertenencia,	La experta enfatiza el rol social y comunicacional de la comisión, se destaca su

la participación de la comisión en la comunidad local?	conecta con la colectividad y amplia el alcance de actividades locales	potencial para fortalecer la identidad institucional, acercar la universidad a la comunidad y consolidar la legitimidad social de la UEB en la provincia y más allá.
7. ¿Qué riesgos o limitaciones identifica en la implementación de proyectos autogestionados y cómo podrían mitigarse?	Falta de recursos, dependencia tecnológica y desgaste del equipo. Se mitigan con alianzas estratégicas, planes de contingencia y capacitación continua	Los principales riesgos son estructurales y humanos, ligados a la falta de recursos y la sobrecarga del equipo. Sin embargo, se plantea una ruta de mitigación basada en alianzas externas, planificación preventiva y formación continua, lo cual aporta sostenibilidad.
8. Desde su perspectiva, ¿qué lineamientos, normas o buenas prácticas deberían adoptar las comisiones de protocolo y streaming para operar de manera efectiva en eventos institucionales, tanto dentro como fuera de la UEB?	Lineamientos y buenas prácticas, protocolos claros de producción, manuales de estilos institucional, check list de transmisión, normas de conducta y evaluación de satisfacción post evento aplicables dentro y fuera de la UEB.	Se evidencia la necesidad de formalizar procesos mediante lineamientos técnicos y normativos que garanticen estandarización, calidad y ética profesional. De esta forma, se consolida la comisión como un equipo con prácticas adecuadas, replicables y reconocidas tanto a nivel interno como externo

Nota: Se presenta los resultados de la entrevista aplicada al experto en Comunicación

4.5 Discusión de resultados de la entrevista y encuesta

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los directivos de la UEB y a los representantes de instituciones públicas muestran una coincidencia general respecto a la importancia de los servicios de protocolo y streaming en la organización de eventos institucionales. En ambos casos, se reconoce que estos servicios fortalecen la imagen

institucional, facilitan la difusión de actividades y contribuyen al posicionamiento de la universidad en el ámbito local y provincial.

En el caso de los directivos de la UEB, la mayoría manifestó que la comisión siempre requiere apoyo logístico y que su participación debe extenderse a nivel provincial. Además, se evidencia una valoración positiva sobre su papel en la construcción de la imagen institucional, al considerarla un referente que aporta al prestigio de la universidad. Estos resultados se relacionan con lo expresado por la coordinadora de la carrera de Comunicación, quien enfatizó que la comisión contribuye de forma significativa a mejorar la imagen de la institución, aunque enfrenta limitaciones materiales y logísticas que restringen su desempeño.

Por su parte, los resultados de la encuesta a los representantes de instituciones públicas reflejan una demanda sostenida de acompañamiento en la organización de eventos, en especial en lo relacionado con la cobertura protocolaria y la difusión digital. Esta percepción coincide con los planteamientos de la experta entrevistada, quien identificó las transmisiones en vivo, los actos oficiales y la producción de contenidos institucionales como los servicios más requeridos por las entidades externas.

A continuación, se presenta la discusión de resultados, la cual se desarrolla en contraste con los hallazgos de otros autores e investigaciones relacionadas con la presente tesis.

Los resultados obtenidos tanto de las encuestas aplicadas a directivos de la UEB e instituciones públicas como de las entrevistas a la coordinadora de la carrera de Comunicación y a un experto en el área evidencian un panorama amplio sobre la pertinencia, sostenibilidad y proyección de la comisión de protocolo y streaming de la UEB. Esta información está acorde a lo mencionado por los autores Bauer et al. (2021) donde, en su investigación recalcan cómo las instituciones de educación superior están en proceso de transformación para incorporar gobernanza sostenible y conectar con la legitimidad institucional de la digitalización de contenidos como el streaming, por lo tanto, resulta importante integrar a los estudiantes en una estructura normativa con liderazgo y participación activa.

Los resultados de las encuestas y entrevistas en la UEB coinciden con lo planteado por González & Campos (2023), quienes destacan que los protocolos corporativos cumplen un rol estratégico en la organización de eventos al fortalecer la coordinación interna, la calidad y la imagen institucional. En el caso de la comisión de protocolo y streaming de la UEB, los directivos reconocen precisamente ese valor, ya que la comisión se proyecta como un mecanismo que aporta al posicionamiento académico y cultural de la institución. Sin embargo, al igual que en el estudio referido, donde se subraya la necesidad de evaluación y mejora constante de los protocolos, en la UEB también emergen limitaciones relacionadas con los recursos económicos y logísticos, lo que condiciona la sostenibilidad del proyecto.

Por otro lado, las instituciones públicas del cantón Guaranda reflejan un interés en los servicios de la comisión, en especial en aspectos de cobertura digital y protocolo en actos oficiales. Sin embargo, a pesar de valorar la pertinencia del apoyo, se observan reticencias en el compromiso económico y una demanda más bien trimestral o bimensual, esto plantea la necesidad de estructurar convenios flexibles y esquemas de financiamiento compartido.

La entrevista a la coordinadora de la carrera de Comunicación resalta la importancia de contar con recursos materiales como la vestimenta, equipos, logística y con apoyo externo para garantizar la operatividad de la comisión. Además, enfatiza la necesidad de establecer convenios interinstitucionales que aseguren condiciones adecuadas para la participación estudiantil, así como la carencia de un reglamento formal que respalde las actividades de la comisión.

El experto en comunicación aporta una visión estratégica, destaca los servicios con mayor demanda como las transmisiones en vivo y protocolo institucional, las estrategias de promoción y los proyectos de autogestión más factibles. Además, señala factores esenciales que debe tener esta comisión como el liderazgo, roles definidos, capacitación constante y protocolos estandarizados, junto con los mecanismos de mitigación mediante alianzas y planes de contingencia.

Los resultados muestran que la comisión de protocolo y streaming cuenta con una aceptación y legitimidad institucional y social, siendo reconocida como una herramienta estratégica para la proyección de la UEB. No obstante, se identifican desafíos en tres ejes fundamentales: financiamiento, formalización normativa y fortalecimiento logístico, los cuales deben ser abordados para garantizar su consolidación como un proyecto autogestionado sostenible.

CAPITULO V

5. PROPUESTA

5.1 Título

Creación del proyecto de autogestión para la comisión de protocolo y streaming de la carrera de comunicación de la UEB

5.2 Objetivo

- Garantizar la sustentabilidad y sostenibilidad de la comisión de protocolo y streaming de la carrera de Comunicación de la UEB a través de un modelo de autogestión que fortalezca la proyección institucional, fomente la participación estudiantil y promueva alianzas estratégicas a nivel provincial.

5.3 Justificación

La creación de un proyecto de autogestión para la comisión de protocolo y streaming de la carrera de Comunicación de la UEB es importante debido a la necesidad de fortalecer la proyección institucional, mejorar la organización de eventos y garantizar la sostenibilidad de estas actividades en el tiempo. Este espacio constituye un complemento formativo donde los estudiantes aplican sus conocimientos en escenarios reales, desarrollan competencias profesionales y aportan a la construcción de una imagen institucional adecuada, además de responder a las demandas actuales de las instituciones locales.

Los principales beneficiarios directos de esta propuesta son los estudiantes de la carrera de Comunicación, quienes dispondrán de un espacio de aprendizaje práctico, así como de oportunidades para vincularse con la sociedad y con instituciones externas. De igual manera, beneficiarios indirectos la UEB se beneficiará al consolidar su posicionamiento como referente académico y cultural en la provincia. Asimismo, las instituciones públicas y privadas locales y la comunidad en general accederán a

servicios de calidad que responden a sus necesidades de comunicación y organización de eventos.

5.4 Diagnóstico situacional

La investigación permitió aplicar se aplicaron encuestas a directivos de la UEB y de instituciones públicas del cantón Guaranda, además, las entrevistas se destinaron a la coordinadora de la carrera de Comunicación y a un experto en el área. Estos insumos permitieron identificar percepciones, necesidades y expectativas en torno a los servicios que brinda la comisión de protocolo y streaming, los resultados evidenciaron una alta aceptación social e institucional y sobre todo la necesidad de cobertura de streaming y apoyo en la organización de eventos protocolarios, a esto se suma la importancia de formalizar su funcionamiento para garantizar continuidad, financiamiento y calidad en los servicios que ofrece. Entre los principales resultados están:

- Amplia aceptación (97%) sobre la necesidad de proyectar la comisión a nivel provincial.
- Reconocimiento de su valor para la imagen institucional de la UEB.
- Demanda de servicios de protocolo y streaming, principalmente en actos académicos y oficiales.
- Necesidad de liderazgo, roles claros, capacitación constante y normas de funcionamiento.

Tabla 19

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
• Aceptación y valoración institucional y social de la comisión. • Experiencia en organización de eventos académicos y culturales.	• Creciente necesidad de servicios de protocolo y transmisiones en vivo en instituciones públicas y privadas. • Posibilidad de establecer convenios interinstitucionales.

• Talento estudiantil con conocimientos en comunicación y producción audiovisual. • Apoyo de la carrera de Comunicación.	• Uso de plataformas digitales para visibilizar a la UEB. • Potencial de generar ingresos mediante servicios autogestionados (talleres, alquiler de equipos, coberturas externas).
Debilidades	**Amenazas**
• Limitada disponibilidad de recursos económicos y tecnológicos propios. • Ausencia de un reglamento interno formalizado. • Escasa capacitación especializada en algunas áreas técnicas. • Falta de indumentaria oficial.	• Dependencia de recursos externos y tecnológicos. • Competencia de proveedores privados con equipos más avanzados. • Riesgo de desgaste o rotación frecuente de estudiantes por cargas académicas. • Falta de compromiso económico de instituciones externas.

Nota: Se presenta el análisis FODA de la propuesta

Una de las principales debilidades identificadas es la limitada disponibilidad de recursos económicos y tecnológicos que restringen la capacidad de la comisión para responder a la creciente demanda de servicios. Sin embargo, esta limitación se enfrenta mediante la fortaleza del talento estudiantil y el apoyo de la carrera de Comunicación, que permiten generar propuestas creativas y sostenibles.

Asimismo, la ausencia de un reglamento interno representa una debilidad que afecta la continuidad y la claridad en los roles dentro de la comisión, no obstante, esta situación se convierte en una oportunidad para institucionalizar el proyecto y formalizar normas de funcionamiento que otorguen estabilidad y legitimidad a la comisión de protocolo y streaming.

5.5 Misión y visión de la comisión de protocolo y streaming

Misión

Brindar servicios profesionales de protocolo y streaming que fortalezcan la imagen institucional de la UEB, contribuyan al desarrollo académico y cultural de la

comunidad y consoliden un espacio formativo de excelencia para los estudiantes de la carrera de Comunicación.

Visión

Consolidarse como una comisión referente en protocolo y streaming a nivel provincial, reconocida por su calidad, innovación y aporte a la proyección social e institucional de la Universidad Estatal de Bolívar.

5.6 Servicios que brindan la comisión de protocolo y streaming

De acuerdo al Manual de Protocolo de la Carrera de Comunicación del año 2023, los servicios que pueden bridar las comisiones son:

Protocolo

- Organización protocolaria: dar la bienvenida a invitados y autoridades, ubicar a los participantes, manejar precedencias y coordinar la logística de actos ceremoniales.
- Apoyo logístico: montaje de infraestructura, mobiliario, iluminación y escenarios.
- Animación y conducción: servicios de maestro de ceremonia y animadores para dar formalidad o dinamismo según el tipo de acto.
- Relaciones públicas: asesoría a las autoridades, planificación de eventos, atención a invitados y promoción de la imagen institucional.

Streaming

- Cobertura comunicacional: coordinación con equipos de prensa para difusión en medios, redes sociales y páginas institucionales
- Registro del evento: fotografía y cobertura gráfica de las actividades
- Producción audiovisual: manejo de sonido, video, conexiones, sistemas técnicos, grabación y transmisión en vivo vía streaming

5.7 Parámetros de Organización de las comisiones

5.7.1 Comisión de Streaming

La Comisión de Streaming estará integrada por estudiantes de quinto, sexto, séptimo y octavo ciclo de la carrera de Comunicación, quienes deberán mantener un promedio académico igual o superior a 8/10. Este requisito busca asegurar que los participantes combinen un adecuado desempeño académico con la responsabilidad que exige el manejo técnico y organizativo de las transmisiones en vivo.

La comisión estará conformada por un equipo de entre 8 a 10 estudiantes que garantiza una distribución equilibrada de tareas y un trabajo colaborativo eficiente, además, para formalizar su participación, los estudiantes deberán firmar un acta de compromiso, en la cual se estipule su disponibilidad para colaborar en horarios extracurriculares. Este acuerdo es fundamental, ya que la mayoría de los eventos requieren preparación fuera del horario regular de clases, y el cumplimiento de este compromiso asegura la continuidad y calidad del servicio prestado.

Los integrantes de la comisión deberán mantener su promedio académico, de modo que el desarrollo de competencias prácticas no afecte su rendimiento en el aula, y, en cuanto a la organización operativa, los alumnos deberán presentarse con al menos media hora de anticipación a cada cobertura para permitir preparar el montaje técnico y garantizar la puntualidad en las transmisiones.

Quienes conforman esta comisión trabajarán de manera articulada con el docente responsable de la asignatura de Televisión, quien supervisará la logística y asignará funciones específicas para cada evento. Además, el uso del uniforme oficial de la comisión será obligatorio, ya que este elemento refuerza la identidad institucional de la carrera y proyecta una imagen profesional ante la comunidad universitaria y externa.

5.7.1 Comisión de protocolo

La Comisión de Protocolo estará integrada por estudiantes de la carrera de Comunicación que cursen entre quinto y octavo ciclo y que mantengan un promedio

académico superior a 8/10. Su conformación oscilará entre 6 y 8 estudiantes, seleccionados en función de sus habilidades en comunicación, liderazgo, organización y etiqueta protocolaria.

Los estudiantes deberán firmar un acta de compromiso donde se establezca su participación en actividades extracurriculares, la disposición para asistir a los ensayos y preparativos de eventos, así como la obligación de mantener su rendimiento académico. Además, tendrán la responsabilidad de coordinar y presentarse con al menos media hora de anticipación a los actos académicos, culturales o institucionales programados.

La organización de la comisión se realizará en estrecha coordinación con el docente responsable de la asignatura de Planificación Estratégica de la Comunicación, quien supervisará la planificación de cada evento, los ensayos generales y la asignación de roles como:

- Maestros de ceremonia
- Coordinación de logística
- Atención a autoridades
- Manejo de invitados
- Acompañamiento a delegaciones

Un aspecto fundamental en la Comisión de Protocolo es la imagen personal, ya que sus integrantes son la primera carta de presentación de la UEB ante autoridades, invitados especiales y la comunidad. Por ello, los estudiantes deberán usar el uniforme oficial establecido por la carrera de Comunicación, mismo que debe llevarse con pulcritud y respeto a las normas de etiqueta. El cuidado de la presentación personal como la postura, lenguaje corporal y trato respetuoso, es indispensable para proyectar confianza, profesionalismo y reforzar la identidad institucional de la UEB en cada acto.

5.8 Capacitación extra curricular para las comisiones para respectiva área.

Los estudiantes que formen parte de las comisiones de Protocolo y Streaming deberán aprobar una capacitación extracurricular de al menos 40 horas, enfocada en su respectiva área de desempeño. En el caso de protocolo, los contenidos abarcarán etiqueta, ceremonial, comunicación oral y organización de eventos; mientras que para streaming se incluirán producción audiovisual, manejo de equipos técnicos y gestión de transmisiones en vivo.

Al finalizar la formación, los participantes recibirán un certificado de aprobación, mismo que será reconocido como un aval institucional que respalda las competencias adquiridas y fortalece su perfil profesional.

5.9 Normativas de funcionamiento de la comisión

Las comisiones de protocolo y stereaming funcionarán bajo un reglamento interno que regula su conformación, permanencia, responsabilidades y procesos de evaluación; en dicho reglamento se garantiza la continuidad y formalidad de las actividades, independientemente de la rotación natural de estudiantes cada ciclo académico.

Se establecerán protocolos de comunicación con los docentes responsables, mecanismos de planificación previa para cada evento y procedimientos de sustitución en caso de ausencias justificadas.

El cumplimiento de estas normativas permitirá asegurar la calidad y eficiencia de los servicios ofrecidos.

Tabla 20

Normativa de funcionamiento de las comisiones

Artículo	Contenido
Art. 1. Conformación	Las comisiones de Protocolo y Streaming estan integradas por alumnos de quinto a octavo ciclo de la carrera de Comunicación, con un promedio mínimo de 8/10 y disponibilidad horaria para actividades extracurriculares.
Art. 2. Permanencia	La permanencia del alumnado en la comisión estará sujeta a la evaluación semestral de su desempeño académico y práctico.

	En caso de incumplimiento reiterado de responsabilidades, la coordinación podrá disponer su separación.
Art. 3. Coordinación docente	Cada comisión cuenta con un docente responsable, quien supervisa la planificación, ejecución y evaluación de las actividades, en coordinación con los alumnos.
Art. 4. Planificación	Los eventos se organizan con anticipación y es necesario tener una agenda de actividades, roles asignados, responsables definidos y mecanismos de evaluación posterior.
Art. 5. Compromiso y asistencia	Los integrantes deben asistir de manera puntual a todas las convocatorias, ensayos y eventos; las inasistencias deben ser justificadas con anticipación; de lo contrario, se aplicarán sanciones internas.
Art. 6. Renovación de integrantes	Cada semestre se abre un proceso de convocatoria para la incorporación de nuevos estudiantes y, los miembros salientes deben realizar la inducción y transferencia de conocimientos a los nuevos integrantes.
Art. 7. Uso de recursos	Los alumnos son responsables del cuidado y buen uso de los equipos, uniformes e infraestructura asignada para el cumplimiento de sus funciones.
Art. 8. Continuidad	Las comisiones funcionan de manera permanente y se renuevan cada semestre para garantizar su sostenibilidad y asegurar la transmisión de experiencias entre generaciones de educandos.

Nota: Se presenta la propuesta de normativa para las comisiones

5.10 Deberes y derechos

Los estudiantes que integren las comisiones tendrán los siguientes deberes y obligaciones:

Tabla 21

Deberes y derechos de las comisiones

Deberes	Derechos
• Cumplir con el reglamento interno de la comisión y acatar las disposiciones expresadas por la coordinación de la carrera y los docentes responsables. • Asistir de forma puntual a los eventos, ensayos y preparativos	• Acceder a un proceso de formación y capacitación permanente, que fortalezca sus competencias prácticas y profesionales. • Recibir un certificado oficial de participación en la comisión, que

• Mostrar responsabilidad en el cumplimiento de horarios y compromisos adquiridos. • Mantener un promedio académico mínimo de 8/10 y avalar un equilibrio entre la formación académica y el compromiso extracurricular. • Representar con respeto y profesionalismo a la UEB, es decir, actual con ética, responsabilidad y cortesía en cada cobertura. • Conservar, cuidar y evitar pérdidas del uniforme, equipos y recursos asignados. • Participar en las capacitaciones obligatorias para fortalecer sus competencias en las áreas de protocolo o streaming. • Respetar la jerarquía interna y los roles asignados • Fomentar el trabajo en equipo y la colaboración con sus compañeros. • Notificar con anticipación sus ausencias justificadas, de manera que se pueda reorganizar el equipo sin afectar la calidad del evento. • Mantener una presentación personal adecuada y seguir los parámetros establecidos para cada comisión. • Promover los valores institucionales, actuando siempre en beneficio de la imagen y el prestigio de la UEB.	respalde las horas de práctica extracurricular cumplidas. • Obtener reconocimiento institucional, ya sea mediante menciones, constancias o consideraciones académicas, por su aporte a la proyección de la carrera y la universidad. • Contar con apoyo logístico e institucional para el desarrollo de sus funciones. • Proponer mejoras y sugerencias para optimizar el funcionamiento de la comisión. • Tener un ambiente de respeto y equidad, sin discriminación por género, ideología, condición socioeconómica u otra índole. • Acceder a oportunidades de liderazgo interno, mediante la asignación de roles de coordinación en los eventos y actividades. • Recibir retroalimentación formativa de parte de docentes y coordinadores, con el fin de fortalecer sus habilidades comunicativas, organizativas y técnicas.

Nota: Se presenta los deberes y derechos de las comisiones

5.11 Normativa de uniformes

El uso del uniforme es de carácter obligatorio en todas las actividades y eventos en los que participen los integrantes de las comisiones, ya que constituye un elemento primordial para la proyección de la imagen institucional de la UEB y de la carrera de Comunicación.

- **Comisión de Protocolo**

Para las mujeres la vestimenta consta de pantimedias grafito negras, falda negra recta sin abertura, blusa blanca, pañuelo rojo y azul, maquillaje neutro, cabello liso, estola y zapatos negros de tacón. Mientras que, para los hombres es vestuario consta de pantalón de negro, zapatos negros formales, correa negra, camisa blanca, corbata roja – azul, estola y escarapela. Para ambos casos, se cuidará la higiene personal, postura, lenguaje corporal y cortesía, como elementos esenciales del rol protocolario.

- **Comisión de Streaming**

Los estudiantes deben portar de forma imperativa la chompa institucional con los sellos de la UEB y de la carrera de Comunicación, acompañada de pantalón jean o formal de color oscuro y zapatos cerrados. Este uniforme busca proyectar identidad, unidad y profesionalismo, a la vez que brinda comodidad y practicidad para el trabajo técnico y de producción audiovisual, se recalca que, el cuidado y buen estado de la chompa será responsabilidad de cada integrante.

5.12 Presupuesto

Para garantizar el correcto funcionamiento y la sostenibilidad de las comisiones de Protocolo y Streaming de la carrera de Comunicación de la UEB, es necesario contar con un presupuesto que cubra los recursos humanos, materiales y técnicos requeridos, mismo que se detalla a continuación:

Tabla 22

Presupuesto estimativo para el funcionamiento de las comisiones de Protocolo y Streaming

Partida	Detalle	Cantidad / Unidad	Costo Unitario (USD)	Subtotal (USD)	Comisión
Capacitación	Cursos extracurriculares de protocolo, etiqueta, ceremonial y producción audiovisual	40 horas por estudiante	20	800	Protocolo / Streaming
Uniformes	Chompas con logos UEB	10 estudiantes	35	350	Streaming
Uniformes	Trajes formales	8 estudiantes	60	480	Protocolo
Equipamiento técnico	Cámaras, micrófonos, trípodes, iluminación y software de edición	1 conjunto básico	2,000	2,000	Streaming
Materiales de protocolo	Carpetas, distintivos, señalización, papelería y elementos de ceremonial	Variado	150	150	Protocolo
Logística de eventos	Transporte, alimentación y pequeños viáticos para estudiantes	10 estudiantes	10	100	Ambas comisiones
Mantenimiento y reemplazo de equipos	Reparación o actualización de equipos audiovisuales	1 vez por semestre	200	200	Streaming
Otros gastos operativos	Insumos varios, material de limpieza, etc.	Semestral	100	100	Protocolo / Streaming
Total estimado				**4,180 USD**	

Nota: Se presenta el presupuesto referencial para el sostenimiento de las comisiones

Este presupuesto permite planificar de manera ordenada la adquisición de uniformes, capacitación, equipamiento audiovisual, materiales de protocolo y la logística de los

eventos, así se asegura que los estudiantes puedan desempeñar sus funciones con profesionalismo y eficiencia. Además, contempla la inversión en mantenimiento de equipos y otros gastos operativos, con el fin de garantizar la continuidad y calidad de los servicios ofrecidos por ambas comisiones, así se fortalece la imagen institucional y la proyección de la carrera de Comunicación a nivel provincial.

CONCLUSIONES

- Los resultados obtenidos a través de encuestas y entrevistas confirman que la comisión de Protocolo y Streaming de la UEB es reconocida y valorada a nivel institucional y local. Su participación contribuye a fortalecer la imagen de la UEB y a la organización de eventos académicos, culturales e institucionales. No obstante, se identifican problemas en el financiamiento, formalización normativa y fortalecimiento logístico, esto resalta la necesidad de implementar mecanismos de autogestión, convenios estratégicos y recursos adecuados para consolidar la comisión como un proyecto sostenible.
- Se definió normativa que asegura un funcionamiento ordenado, eficiente y sostenible de las comisiones de protocolo y streaming, al mismo tiempo, la formalización de reglamentos internos, deberes, derechos y parámetros de operación permite garantizar la continuidad de las actividades, la puntualidad, la responsabilidad de los estudiantes y la calidad de los servicios prestados.
- Se estableció un presupuesto que garantiza que las comisiones cuenten con los recursos necesarios para su operación eficiente y sostenible, en el mismo se incluye la capacitación de los estudiantes, la adquisición de uniformes, la logística de eventos, el equipamiento técnico y los materiales de apoyo. Contar con esta planificación financiera permite maximizar el uso de los recursos disponibles, asegurar la continuidad de los servicios y fortalecer la proyección institucional de la UEB, así se garantiza que las comisiones puedan responder a la demanda académica y social de manera profesional y sostenible.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda elaborar y aprobar un reglamento interno que establezca de forma clara los roles, responsabilidades, deberes, derechos, protocolos de actuación y procedimientos de las comisiones, de esta manera, se garantizará un funcionamiento ordenado, continuo y profesional, se reduce la dependencia de decisiones informales y se asegura la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.
- Para superar las limitaciones económicas, se sugiere implementar un modelo de autogestión que incluya convenios con instituciones públicas y privadas, generación de ingresos mediante servicios como talleres, coberturas externas y búsqueda de apoyos externos.
- Se recomienda organizar programas de capacitación continua en áreas técnicas como producción audiovisual, protocolo, ceremonial y gestión de eventos, así como talleres de liderazgo y trabajo en equipo, estas acciones permiten que los estudiantes adquieran mayores competencias profesionales, que cumplan con los estándares de calidad y proyecten una imagen institucional coherente y profesional en todos los eventos.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, L., Pacheco, A., & Pardo, L. (2023). *Modelo de Negocio Sostenible en Medios de Comunicación No Tradicionales: Generadores de Contenido de Utilizan YouTube y otras Plataformas de Redes Sociales en Colombia* [Universidad EAN]. https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/d458d484-3a6c-40fd-8158-547274a6f28e/content

Arenal, A., Armuña, C., Ramos, S., Feijoo, C., & Aguado, J. (2022). Gigantes con pies de barro: Sostenibilidad de los modelos de negocio en los servicios de música en streaming. *Profesional de La Información*, *31*(5), 1–19. https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86906/63227

Barranquero, A., & Candón, J. (2020). La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un modelo de análisis al estudio de caso de El Salto y OMC Radio1. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, *137*, e71863. https://doi.org/10.5209/reve.71863

Bolognesi, M. (2023). Post pandemia y nuevos hábitos de consumo de productos audiovisuales: streaming, narrativas transmedia y experiencias personalizadas. *Millcayac*, *10*(18), 1–11.

Carrión, M. (2022). *Difusión y producción en la era digital: reconfiguración de la industria musical de electrónica experimental limeña bajo las nuevas prácticas de autogestión en Spotify y Bandcamp* [Universidad de Lima]. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18885/T018_72270908_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castells, I., Pont, C., & Codina, L. (2022). La sostenibilidad de los medios a través de los conceptos de engagement y relevancia: scoping review. *Doxa Comunicación*, *35*(2), 19–38. https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/1627/3203

Cathalifaud, A., & Osorio, F. (1998). Introducción a los Conceptos Básicos de la Teoría General de Sistemas. *Cinta de Moebio*, *1*(3), 1–12. https://www.redalyc.org/pdf/101/10100306.pdf

Cechet, F. (2024). *Jóvenes, freestyle y autogestión. Construcción de identidad en la cultura alternativa platense* [Universidad Nacional de La Plata]. https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/180627/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chóez, L. (2023). *Estudio de factibilidad de infraestructura digital para el desarrollo de clases híbridas en la carrera tecnologías de la información* [Universidad Estatal del Sur de Manabí]. https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/5511/1/CHOEZ%20LINO%20LEONELA%20ESTEFAN%c3%8dA.pdf

Constitución de La República Del Ecuador, Pub. L. No. Decreto Legislativo 0 Registro Oficial 449 (2008). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Cornejo, B. (2024). *Estudio de factibilidad para la creación de una radio comunitaria dirigida a los habitantes de la parroquia General Vernaza, Salitre - Guayas* [Universidad de Guayaquil]. https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/9acf2d51-d585-40d9-9792-005d5da802c9/content

Cortés, D. (2025). *Funciones del departamento de protocolo*. Universidad CESUMA. https://www.cesuma.mx/blog/funciones-del-departamento-de-protocolo.html#:~:text=Su%20principal%20funci%C3%B3n%20es%20asegurar,sean%20adecuadamente%20planificados%20y%20ejecutados.

Espinoza, M. (2024). *Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario* [UNAM]. https://bibliotecadigital.fce.unam.edu.ar/bitstream/handle/bhp/930/Espinoza%20ME_2024_Las%20relaciones.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Estatuto de La Universidad Estatal de Bolívar (2022).

García, R. (2021). *Factibilidad del mercado de la empacadora "Pezcrup s.a." en San Clemente, año 2020* [Universidad Estatal del Sur de Manabí]. https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3252/1/TESIS%20FACTIBILIDAD%20STEEVEN%20GARCIA.pdf

Guasco, C., & Luna, K. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las Pymes en el Cantón Cañar. *Dom.Cien*, *8*(1), 1071–1089.

Gutiérrez, G. (2013). *Teoría General de los Sistemas* (Ediciones USTA Carrera 13 No. 54 - 39, Ed.; 1st ed.). Universidad Santo Tomás. https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/23242/Teor%C3%ADa%20general%20de%20sistemas.pdf?sequence=1

Hernández, R., & Mendoza, C. (2023). *Metodología de la Investigación. Las Rutas Cuantitativas, Cualitativas y Mixtas* (2nd ed.). McGraw-Hill Book Company. https://www.libreria-universomedico.com/products/hernandez-sampieri-roberto-metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativas-cualitativas-y-mixtas-2a-edi-2023-novedad-novedad-novedad

Lasswell, H. (2007). *The structure and function of communication in society*. https://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/12.pdf

Ley Orgánica de Comunicación, Pub. L. No. Ley 0 (2019). https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011). https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf

Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación, Registro Ofi cial Nº 151 (2020). https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-07/151%20Exp%C3%ADdase%20la%20Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3nLey%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3n.pdf

Macías, L. (2022). *La comunicación organizacional para la gestión de las TIC educativas en entornos virtuales de aprendizaje. El caso Universidad de Guayaquil* [Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación., Universidad de Cádiz]. https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/28424/TESIS._LEONELA_MACA_AS._COMUNICACIA_N_AVAC-UG._6.9.2022_FINAL_.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez, H., Escobar, A., Villazón, E., & Gutiérrez, S. (2022). Contribuciones de las corrientes sociológicas macrosociales a la investigación: positivismo, funcionalismo, marxismo y estructuralismo. *Russian Law Journal*, *10*(4), 885–895. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/121428756/CONTRIBUCIONES_DE_LAS_CORRIENTES_SOCIOLOGICAS_MACROSOCIALES...-libre.pdf?1739922790=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCONTRIBUCIONES_DE_LAS_CORRIENTES_SOCIOLO.pdf&Expires=1757902457&Signature=OOO9K7yGWmjJacuLUvvVWb9H6pKbJuA5uhIpIFsDcKM5UXbbrzKdKISJxDdfuLqSvDgTxxqqy5HVrQhTvu0DBb6CdvBVz730yLUvYlJI5lEelYYuNVUsjCBKv2yVNJREu3O3B8Iizu5MF88q8pTMLJhU15CDzcNY-nPgdq1co48ojIP7aKHC4gIv6YvA8So1l6Jk5Z3iVnOJ7Xd5t3yApaCtdT~HTFxV5aruiXrE1mNf5-P3J5QxRrUdwYDsTwnDGxyVfcNCzdwk8Ki-WSxRs8LgZoI-zz365LWbAmr856jNuXYrcaJEgTf2nIwwNix9HePsOvXQ0bSINxZselPN6Q__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Morfaw, J. (2024). Fundamentals of project sustainability. *Sustainability*.

Paravic, T., & Lagos, M. E. (2021). Trabajo en equipo y calidad de los servicios de salud. *Ciencia y Enfermería*, *27*(2). https://doi.org/10.29393/CE27-41TETM20041

Peralta, E. (2016). Teoría general de los sistemas aplicada a modelos de gestión . *AGLALA*, *7*(1), 122–150.

Pinzón, M., Contreras, A., Ramírez, R., & Reyes, D. (2021). Descripción de los niveles de comunicación organizacional. *Consensus*, *5*(1), 76–93. https://www.researchgate.net/profile/Reynier-Ramirez-Molina/publication/348884461_Descripcion_de_los_niveles_de_comunicacion_organizacional/links/601450dc45851517ef2688c5/Descripcion-de-los-niveles-de-comunicacion-organizacional.pdf

Quiroa, M. (2025, August 14). *Estudio de factibilidad: Qué es y qué tipos hay*. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html

Reyes, M. D., Ibáñez, M. M., & London, S. (2023). Sostenibilidad ambiental y calidad institucional: interacciones. *Desarrollo y Sociedad*, *2*(95), 45–90. https://doi.org/10.13043/DYS.95.2

Riquelme-Castañeda, J. A., Pedraja-Rejas, L. M., & Vega-Massó, R. A. (2020). El liderazgo y la gestión en la solución de problemas perversos. Una revisión de la literatura. *Formación Universitaria*, *13*(1), 135–144. https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000100135

Rodas-Pérez, M. A., Vera-Banegas, M. E., Arteaga-Medina, G. D., & Pinos-Medrano, V. F. (2022). Plan comunicacional digital en el sector Cochapungo del emprendimiento de Balsa Totora en la Parroquia San Rafael, Otavalo, Imbabura, Ecuador. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, *3*(9), 76–96. https://doi.org/10.51798/sijis.v3i9.590

Rodríguez, C., Breña, J., & Esenarro, D. (2021). *Las variables en la metodología de la investigación científica* (1st ed.). Editorial Científica 3Ciencias. https://doi.org/10.17993/IngyTec.2021.78

Rodríguez, M. (2023). *Estudio de factibilidad para un servicio de marketing digital orientado al fortalecimiento del emprendimiento en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – ZCBOY* [Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD]. https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/58272/MERODRIGUEZM.pdf;jsessionid=7BE2955F3EBE1065CE8A90017C72B390?sequence=1

Ronquillo, C. L., Ballesteros, L. G., Vera, R. Y., & Román, F. G. (2024). Teoría General de Sistemas, supuestos subyacentes y no subyacentes para el crecimiento económico empresarial. *ULEAM Bahía Magazine (UBM)*, *5*(9), 70–78. https://doi.org/10.56124/ubm.v5i9.010

Salas, D. (2020). *La encuesta y el cuestionario*. Investgación. https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/

Telleria, M. (2025). Medios autogestivos y ejercicio del derecho a la comunicación en Rosario, Argentina. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, *11*, 164–181. https://doi.org/10.32719/26312514.2025.11.10

Tipanluisa, A. (2023). *Modelo de negocio previo a la obtención del título de licenciada en empresas y administración de negocios* [UNIANDES]. https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/17282/1/USD-ADNL-MDN-001-2023.pdf

Universidad Estatal de Bolívar. (2020). *Mi Universidad 2.0*. https://www.ueb.edu.ec/index.php/mi-ueb/quienes-somos#:~:text=La%20Universidad%20Estatal%20de%20Bol%C3%ADvar,complejidad%20sist%C3%A9mica%20y%20el%20humanismo.

Van Riel, C. (1997). *Comunicación Corporativa*. Prentice-Hall.

Villanueva, J., Auz, D., & López, K. (2021). Cocreación: ¿cómo formar al periodista de hoy? *Revista Universidad y Sociedad*, *13*(6). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000600295&script=sci_arttext

Vizcaíno, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *7*(4), 9723–9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Weaver, W. (1984). *La Matemática de la Comunicación* (Smith, Ed.).

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1. Informe de Turnitin

Anexo 2. Fotografías de aplicación de encuestas








PUBLICAS


PROHIBIDO FUMAR





