



POSGRADOS

M a e s t r í a e n

 COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA DIGITAL

RPC-SO-19-No.276-2018

Opción de
titulación:

PROYECTO DE DESARROLLO

T E M A :

IMPACTO DEL COVID-19 EN LA DESERCIÓN DE
LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS
SALESIANOS DE GUAYAQUIL

A U T O R :

FERNANDA BELÉN ANCHATIPÁN MEZA
RONALD RUPERTO ÁLVAREZ CASTRO

D I R E C T O R :

MARLENE MAGALY MOSQUERA GONZÁLEZ

Guayaquil - Ecuador
2022

Autor/a:



Fernanda Belén Anchatipán Meza
Licenciada en Comunicación Social
Magister en Comunicación Estratégica Digital
fanchatipan@est.ups.edu.ec



Ronald Ruperto Álvarez Castro
Licenciado en Comunicación Social
Magister en Comunicación Estratégica Digital
ralvarezc@est.ups.edu.ec

Dirigido por:



Marlene Magaly Mosquera González
Licenciada en Comunicación Social
Magister en Comunicación
Organizacional mmosquerag@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2022 Universidad Politécnica Salesiana.

GUAYAQUIL – ECUADOR – SUDAMÉRICA

ANCHATIPÁN MEZA FERNANDA BELÉN

ÁLVAREZ CASTRO RONALD RUPERTO

IMPACTO DEL COVID-19 EN LA DESERCIÓN DE LOS ESTUDIANTES

UNIVERSITARIOS SALESIANOS DE GUAYAQUIL

RESUMEN

La importancia de la educación conlleva un esfuerzo constante con el fin de lograr los principales objetivos trazados para la vida personal y profesional; por tal motivo, el presente proyecto de desarrollo: “Plan estratégico de Comunicación para disminuir la deserción provocada por el impacto del Covid-19 en los estudiantes universitarios salesianos de Guayaquil”, intenta lograr resultados que favorezcan a la sede porteña de la Universidad Politécnica Salesiana para lograr la reducción del porcentaje de deserción académica, causada por la pandemia. El proyecto comprende una revisión de los medios sociales de la sede Guayaquil y los productos de contenidos multimedia que difunden a sus grupos objetivos, llámense estudiantes activos y aspirantes o prospectos. La presente propuesta se basa en estrategias para mejorar la experiencia que tienen estudiantes y aspirantes con la institución, a través del contenido comunicacional y cómo este llega a los estudiantes. Dentro de la investigación, se aplica herramientas como encuestas a los estudiantes de la UPS-G, y entrevistas a los directores de las carreras que antes del Covid contaban con mayor afluencia de estudiantes y que hoy viven la pandemia y sus secuelas por la deserción en cambio de modalidad. El proyecto delimita causas y consecuencias que van a permitir realizar correcciones –a priori- en los canales de comunicación institucional de la sede e implementación de nuevas estrategias que permitan a corto y mediano plazo contrarrestar la deserción académica.

Palabras Clave: Comunicación, Educación, Pandemia, Plataformas, Multimedia, Estrategia.

ABSTRACT

The importance of education entails a constant effort to achieve the main objectives outlined for personal and professional life, for this reason, this development project: "Strategic Communication Plan to reduce desertion caused by the impact of Covid -19 in the Salesian university students of Guayaquil", the same one that tries to achieve results that favor the UPS in reducing the percentage of academic dropouts caused by the pandemic. The project includes a review of the social media of the Guayaquil headquarters and the multimedia content products that they disseminate to their target groups, call them active students and aspiring or prospects. This proposal is based on strategies to improve the experience that students and applicants have with the institution, through communicational content and how it reaches students. Within the research, tools such as surveys are applied to the students of the UPS-G, and interviews with the directors of the majors that had the greatest influx of students and who are currently experiencing the pandemic and its consequences due to the dropout in change of modality. The project delimits causes and consequences that will allow making corrections –a prior- in the institutional communication channels of headquarters and implementation of new strategies that allow, in the short and medium term, to counteract academic desertion.

Keywords: *Communication, Education, Pandemic, Platforms, Multimedia, Strategy.*

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----|
| RESUMEN..... | III |
| ABSTRACT..... | IV |
| ABREVIATURAS | VII |
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 9 |
| 1.1. Título de la Propuesta | 10 |
| 1.2. Descripción de la Propuesta | 10 |
| 1.3. Antecedentes | 10 |
| 1.4. Justificación | 11 |
| 1.5. Objetivos | 12 |
| 1.5.1. Objetivo General..... | 12 |
| 1.5.2. Objetivos Específicos | 12 |
| 1.6. Beneficiarios | 12 |
| 2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL..... | 12 |
| 2.1. Llegada de la Pandemia | 12 |
| 2.2. La Universidad | 13 |
| 2.3. La Deserción Universitaria | 14 |
| 2.4. Redes Sociales | 15 |
| 2.4.1. Instagram | 15 |
| 2.4.2. Facebook | 15 |
| 2.5. Canales Multiplataforma | 16 |
| 3. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA | 17 |
| 3.1. Situación de las Redes Sociales de la UPSG | 17 |
| 3.2. Problema | 17 |
| 3.3. Análisis FODA | 19 |
| 3.4. Análisis de la oferta y la demanda | 19 |
| 3.4.1. Red Social Instagram | 20 |
| 3.4.2. Red Social Facebook | 21 |
| 3.5. Los Stakeholders como Consumidores de Contenidos | 22 |
| 3.5.1. ¿Qué es un Stakeholders? | 22 |
| 3.6. Los usuarios en las redes sociales de La Salesiana Guayaquil | 22 |
| 4. VIABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD | 24 |
| 4.1. Análisis de Sostenibilidad | 24 |
| 4.2. Resultados de las Encuestas | 27 |
| 4.3. Viabilidad Económica y Presupuestaria | 29 |

| | |
|---|----|
| <i>4.3.1. Análisis de fortalezas y riesgos</i> | 30 |
| 5. PRESUPUESTO | 30 |
| 6. ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN | 31 |
| 6.1. Estrategia operativa | 31 |
| <i>6.1.1. Metas por cumplir</i> | 31 |
| 6.2. Estrategias y tácticas para implementar | 31 |
| BIBLIOGRAFÍA | 34 |

ABREVIATURAS

| | |
|-------|--|
| DTI | Dirección técnica de Tecnologías de la Información |
| Ec. | Economista |
| FB | Facebook |
| FODA | Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas |
| IG | Instagram |
| Ing. | Ingeniero/a |
| Lcdo. | Licenciado |
| Lcda. | Licenciada |
| OMS | Organización Mundial de la Salud |
| OIE | Organización de Estados Iberoamericanos |
| PhD. | Philosophie Doctor |
| RRSS | Redes Sociales |
| UPS | Universidad Politécnica Salesiana |
| UPS-G | Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil |
| DTA | Dirección Técnica de Admisiones |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Crisis de la educación (Castro et al., 2020) | 15 |
| Figura 2 Fragmento de la Matriz de Encuestas | 17 |
| Figura 3 Estadístico de matriculados por periodo 55,56 y 57 | 18 |
| Figura 4 Estadístico general de matriculados por periodo | 18 |
| Figura 5 Análisis de seguidores en Instagram | 21 |
| Figura 6 Análisis de seguidores en Facebook | 21 |
| Figura 7 Interacciones de los públicos externos La Salesiana FB | 23 |
| Figura 8 Interacciones de los públicos externos La Salesiana IG | 24 |
| Figura 9 Desglose de la ecuación 1 | 26 |
| Figura 10 Pregunta #1 de la encuesta, Sexo | 27 |
| Figura 11 Pregunta #2 de la encuesta, ¿carrera a la que pertenece? | 27 |
| Figura 12 Pregunta #3 de la encuesta, motivo de haber postergado o desertado sus estudios | 27 |
| Figura 13 Pregunta #4 de la encuesta, Considera usted retomar sus estudios en el próximo año 2021 | 28 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Análisis de FODA | 19 |
| Tabla 2 Comparativa de IG por universidades | 20 |
| Tabla 3 Primera estrategia de ejecución | 32 |
| Tabla 4 Segunda estrategia de ejecución | 32 |
| Tabla 5 Tercera estrategia de ejecución | 32 |
| Tabla 6 Cuarta estrategia de ejecución | 33 |
| Tabla 7 Matriculados en el periodo 55 | 37 |
| Tabla 8 Matriculados en el periodo 56 | 38 |
| Tabla 9 Matriculados en el periodo 57 | 39 |
| Tabla 10 Calendario RRSS Semana 1 | 40 |
| Tabla 11 Calendario RRSS Semana 2 | 41 |
| Tabla 12 Calendario RRSS Semana 3 | 42 |
| Tabla 13 Calendario RRSS Semana 4 | 43 |
| Tabla 14 Calendario RRSS Semana 5 | 44 |
| Tabla 15 Calendario RRSS Semana 6 | 45 |

1. INTRODUCCIÓN

La Universidad Politécnica Salesiana (UPS) es una institución de educación superior que se creó en 1994 con el objetivo de brindar educación profesional de calidad, llevando consigo la fe que lo caracteriza. Es un campo de estudios completo que brinda las facilidades para que los estudiantes puedan desarrollarse en un ambiente educativo compatible con sus necesidades (Di Santis, 2017).

A raíz de la pandemia del Covid-19 que sorprendió al mundo, provocando un ambiente de incertidumbre y enfermedad en todos los ámbitos, los organismos de control implementaron medidas tratando de frenar la propagación del coronavirus y sus consecuencias, pero estas no fueron efectivas y los índices de contagio no paraban de sorprender y afectar en todos los países.

En Ecuador el 17 de marzo del 2020, el Lcdo. Lenin Moreno Garcés (mediante el Decreto Presidencial No 1017, 2020) ordenó paralizar las actividades comerciales, empresariales y en múltiples sectores, por lo que el sector educativo no fue la excepción. Escuelas, colegios y universidades optaron por detener la presencialidad y cambiar de modalidad, pasando los procesos de aprendizajes a un ambiente virtual, donde la relación emisor-receptor sería 100% mediante la computadora y plataformas especializadas o adaptadas para aquello.

La logística que llevaba consigo la nueva modalidad, haría que se evidencien algunas falencias y necesidades en la faceta estudiantil del salesiano para quien, antes del Covid la educación estaba en los primeros puestos de prioridades, pero lamentablemente durante y luego de la crudeza de la pandemia, la carrera universitaria saldría del ranking de preocupaciones y la enfermedad que paralizaba el mundo se tornaría en su mayor preocupación e interés (El Universo, 2020).

El impacto multizonal (económico, social, emocional, etc) que el Covid-19 ha dejado en la vida de los estudiantes es de notable importancia para la institucionalidad de la UPS; conocer las motivaciones por las que un estudiante decide desertar de su plan de estudios constituye el principal propósito de esta investigación, para poder conocer la esencia del problema es necesario recurrir a la recopilación de la información desde los estudiantes, como actores principales (Castro et al., 2020).

La Universidad Politécnica Salesiana, sede Guayaquil usa las redes sociales como una de las principales fuentes para informar a los estudiantes sobre procesos académicos o sociales;

si bien este esfuerzo ha mantenido la conexión del estudiante con la universidad, es de vital importancia crear un plan de comunicación estratégico que potencie a Instagram y Facebook y que dé como consecuencia la reinserción del estudiante al campus educativo.

1.1. Título de la Propuesta

“Impacto del Covid-19 en la deserción estudiantil de los universitarios salesianos de Guayaquil”

1.2. Descripción de la Propuesta

Este proyecto propone el desarrollo de guías mediante un plan de comunicación estratégico efectivo para que la UPS logre comunicar de manera correcta la alianza educativa y el compromiso que mantiene con los estudiantes; las encuestas, los datos estadísticos, las matrices y las gráficas hacen que se identifique las características de la deserción universitaria de los estudiantes salesianos a causa de la pandemia del Covid-19.

Este plan está dirigido a Facebook (FB) e Instagram (IG) que son las redes sociales más usadas por la sede Guayaquil, mostrando estrategias modernas y de interacción con el usuario; con estas propuestas se pretende reforzar el contenido audiovisual y de imágenes informativas que se manejan en estas redes sociales.

La creación de contenidos multiplataformas nos lleva a crear, desarrollar y adaptar nuevas estrategias para los medios, cambiando así el modelo original por el que fueron creadas. La amplia disponibilidad y ofertas de medios hacen que cada vez se tenga que revolucionar el consumo tradicional y mostrar una verdadera fluidez en los contenidos, para que estos se mantengan y logren crear impacto en quien las consume, el desafío de crear y dar continuidad a los contenidos de redes sociales es la principal oferta que propone la Universidad Politécnica Salesiana para combatir la deserción de sus estudiantes.

1.3. Antecedentes

La propagación de la pandemia del Covid-19 hizo desaparecer modelos económicos ya establecidos, lo que antes era prioridad ahora pasaba a segundo plano, posicionándose la salud como principal valor en la vida de los ciudadanos. Los países del mundo se encuentran en contra reloj tratando de contener el poder del Covid-19, a su vez queda como consecuencia que la oferta y la demanda de las universidades se vieran afectadas durante este proceso. La

propagación del Covid-19 y la crisis económica generada como consecuencia de esta pandemia, son los factores principales porque los estudiantes dejan a un lado sus estudios e invierten su tiempo y su dinero en resolver otros asuntos de primera necesidad (Pineda B. et al., 2010). Los indicadores que se toman para la explicación del concepto de deserción son: contagios de Covid-19, dificultades con las metodologías de enseñanza y educación, asuntos personales, falta de recursos tecnológicos y falencias económicas.

Todo el sistema educativo colapsó, con ello las universidades cerraron sus puertas a los estudiantes y cambiaron su modalidad a nivel mundial (CNN, 2020), en Ecuador las clases se dictan de manera virtual, lo que conlleva a una nueva logística de educación tanto de parte de los docentes como de los estudiantes (El Universo, 2020). La UPS sede Guayaquil habilitó de manera progresiva cursos y materiales virtuales para que el estudiante pueda continuar con su plan de estudios y lo que se evidenció fue que muchos estudiantes no continuaron con sus materias, lo que conlleva a la baja de índices de matriculación y admisión a la universidad. No obstante, no era el único problema que se registraba, también afloraba la falta de recursos tecnológicos por parte del estudiante que hace que el ausentismo sea más fuerte; el deseo de continuar con los estudios no era el percance, sino el no tener cómo hacerlo, lo que representaría una limitante.

1.4. Justificación

El plan estratégico de comunicación del presente proyecto servirá para manejar de manera organizada la producción de contenidos multimedia en las Redes Sociales (RRSS) de Instagram y Facebook, la UPS sede Guayaquil tiene sus redes independientes y eso facilita la organización y el enfoque que se le quiera dar a cada contenido.

La creación del plan de comunicación es la guía fundamental para comprender el significado de que somos seres sociales y que necesitamos estar comunicándonos en todo lugar que nos encontremos; se comprende entonces que la comunicación institucional es un factor clave para el desarrollo del ámbito educativo en estos tiempos.

Buscar información en las RRSS se convierte en el común denominador de los universitarios al momento de estar al día en sus estudios, ya sea para encontrar información administrativa o de interés académico, forma parte de la retroalimentación que se busca al momento de estar fuera del campo educativo.

Tener un modelo a seguir considerando que la comunicación es generador de resultados es el componente preciso de esta investigación, demostrar que la comunicación es efectiva

siempre y cuando se la trabaje y manifiesta de manera correcta, será el desafío para plantear y afianzar la continuidad de los estudiantes salesianos.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Proponer un plan estratégico de comunicación en redes sociales con el propósito de disminuir la deserción de los estudiantes de la UPS-G causada por el Covid-19.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Analizar las causas de deserción a través de los datos proporcionados por las autoridades y estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Guayaquil.
- Identificar en la muestra estadística de género, carreras, causas y posibilidades de retomar los estudios superiores.
- Proponer estrategias comunicacionales multiplataforma que respondan a las necesidades de los estudiantes.

1.6. Beneficiarios

Los beneficiarios serán:

- La Universidad Politécnica Salesiana, sede Guayaquil.
- Dirección Técnica de Admisiones.
- Estudiantes de diferentes carreras que abandonaron la continuidad de sus estudios.
- Comunidad salesiana.
- Universidades y público en general.

2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1. Llegada de la Pandemia

La pandemia del COVID- 19 llegó al Ecuador en marzo del 2020, el impacto en el mundo fue de tal magnitud que el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo lo cataloga de la siguiente manera; “La pandemia de coronavirus COVID-19 es la crisis de salud global que define nuestro tiempo y el mayor desafío que hemos enfrentado desde la Segunda Guerra Mundial. Desde su aparición en Asia a finales del año pasado, el virus ha llegado a cada

continente, excepto a la Antártida. Los casos aumentan a diario en África, las Américas, y Europa” (PNDU, 2020).

No podría explicarse de otra manera que la pandemia dejará consecuencias devastadoras para los países, desde las altas élites hasta el ciudadano de a pie, desde las grandes empresas hasta los sectores minoritarios. Esta pandemia tiene la capacidad de crear crisis sociales, económicas y políticas devastadoras que dejan destrozado el recorrido normal de la cotidianidad (Chauca, 2021).

Las medidas decretadas por los organismos internacionales y el Gobierno ecuatoriano mostraron la realidad sobre la educación, el encierro decretado dejó sin poder continuar con el cronograma de las actividades universitarias, los campus de estudio tuvieron que optar por el cierre físico de sus instalaciones, así comenzó la virtualidad y el manejo seguido de las redes sociales de la universidad.

Mientras instituciones como la Organización Mundial de la Salud (OMS), con su personal buscaba respuestas y planteaba medidas frente a la crisis apoyando a los Estados miembros y sus sociedades, especialmente a las poblaciones más vulnerables, guiándolas, entreteniéndolas, con equipo y con servicios específicos para salvar vidas al tiempo que combaten el virus (COE-N, 2020).

2.2. La Universidad

El ámbito educativo está formado para guiar de manera constante a la persona que desee por voluntad propia formarse en campos educativos; profesionales que una vez terminados sus estudios formen parte activa de la sociedad, demostrando las cualidades y capacidades adquiridos en su formación universitaria. Como lo manifiesta (CMEPT, 1990), “toda persona tiene derecho a la educación”; lo que conlleva a pensar que el ser humano desde los inicios de su escolaridad adquiere el derecho de recibir educación acorde a las posibilidades que tenga. La educación es un proceso que se lo va formando acorde al pasar del tiempo y a escala de niveles; culminada la etapa de colegio el estudiante deberá asistir a la universidad para obtener conocimientos de nivel profesional, esta formación académica de cada estudiante, lo prepara para las ofertas laborales de la sociedad (Martínez et al., 2002).

La Declaración Mundial sobre Educación indica que “Cada persona -niño, joven o adulto- deberá estar en condiciones de aprovechar las oportunidades educativas ofrecidas para satisfacer sus necesidades básicas de aprendizaje. Estas necesidades abarcan tanto las herramientas esenciales para el aprendizaje (como la lectura y la escritura, la expresión oral, el

cálculo, la solución de problemas) como los contenidos básicos del aprendizaje (conocimientos teóricos y prácticos, valores y actitudes) necesarios para que los seres humanos puedan sobrevivir, desarrollar plenamente sus capacidades, vivir y trabajar con dignidad, participar plenamente en el desarrollo, mejorar la calidad de su vida, tomar decisiones fundamentadas y continuar aprendiendo” (CMEPT, 1990). Esto refleja la necesidad de mantener a los jóvenes estudiando en las universidades, para que participen con criterio propio y aportes.

La universidad no solamente representa desarrollo de conocimiento, sino que también muestra la realidad de la sociedad, es el reflejo continuo de las formaciones en los salones de clases. La urgencia de la petición no ha impedido que se trabaje en estas temáticas relacionadas con la educación en distintas universidades (Blázquez, 2001).

La autora (Vives, 2020) manifiesta las consecuencias más trascendentales en el ámbito educativo que han golpeado con más severidad en las personas con bajos recursos. La pandemia de Covid-19 ha obligado a cerrar escuelas e institutos y readaptar las clases al formato online. Y a pesar del esfuerzo de los profesionales de la educación y la rapidez con la que los centros han tratado de adaptarse a esta situación, lo cierto es que no todos los alumnos pueden seguirlas de la misma manera.

2.3. La Deserción Universitaria

La deserción no es un problema nuevo en las universidades, es un proceso continuo que se da por varios factores y que las universidades del mundo lo vienen afrontando. Reconocidos estudiosos del tema abordan esta problemática y la catalogan como una característica intrínseca que portan los estudiantes de educación superior (Canales & De los Ríos, 2007).

La deserción es un problema de política educativa; si bien existe una relación entre la educación y el desarrollo económico, los esfuerzos que hacen los gobiernos y los sistemas educativos se ven limitados por el fenómeno de deserción. La cual está relacionada con la exclusión social y limita el acceso de los individuos a diferentes oportunidades asociadas con la escolaridad en general (Pineda B. et al., 2010).

Los estudiantes universitarios no solo suspenden sus estudios por la pandemia, en un estudio aplicado en Chile por Arancibia y Tigreros (2017), los entrevistados manifestaron que los factores económicos-laborales sumado al cansancio incidían en su decisión de abandono de sus estudios. Entre los hallazgos de la investigación, los investigadores encontrados que las dificultades no solo están conectados con la barrera económico sino con un componente

emocional, considerando relevantes la creación de ambientes positivos y capitales de confianza.



Figura 1 Crisis de la educación (Castro et al., 2020).

2.4. Redes Sociales

2.4.1. Instagram

Se llaman redes sociales porque son el canal por el cual las personas se conectan sin necesidad de estar en contacto físico, ni en tiempo ni en espacio. Instagram es un medio social que permite al usuario compartir, editar, mostrar, capturar momentos de la vida cotidiana, asuntos de trabajo, temas académicos y demás asuntos de interés personal que se quiera transmitir. También permite seguir a otros perfiles y realizar comentarios (Lavagna, 2020). Por lo tanto, Instagram vino a ejemplificar la nueva era de la fotografía móvil a diferencia de otras plataformas de fotografía de internet de escritorio anteriores como Flickr (Cortés, 2018).

2.4.2. Facebook

Se ha convertido en la red social de mayor popularidad, siendo el medio social de más usuarios en el mundo, lo que la convierte en la de mayor impacto, tanto para el consumo de contenido como para la producción de este. Los adolescentes la prefieren porque desarrollan habilidades de escritura con emoticones, la publicación de contenidos va acompañada por un

criterio propio que deja desarrollar su capacidad crítica al momento de postear una foto o imagen. Los jóvenes utilizan Facebook para subir, compartir y comentar algunos contenidos que no son creados por ellos (Torre & Vaillard, 2012). Aquí se evidencia la relación efectiva que se mantiene con el círculo social del usuario, dejando a un lado algún retoque que la foto necesite.

Se utiliza un lenguaje tan versátil, tan amplio y cómodo que es muy sencillo lograr empatar ideas de diferentes ámbitos. No se necesita solamente el texto, sino que la utilización de la imagen es clave para lograr el pleno entendimiento de la interacción de Facebook. Un ejemplo particularmente interesante es el caso de las páginas de memes. Los memes constituyen recursos simbólicos privilegiados entre los adolescentes para expresar su malestar, a través del humor y la sátira (Scolari, 2018).

Entre las principales iniciativas que impera en los medios sociales es de conectarse con una persona o con grupos con el fin de consumir información (RD Station, 2017).

2.5. Canales Multiplataforma

La Organización de Estados Iberoamericanos (OIE) para la Educación, la Ciencia y la Cultura, nos muestra los siguientes aspectos derivados de las tecnologías virtuales frente al Covid-19, como la capacitación y la comunicación efectiva con todos los miembros de la comunidad educativa que permite la generación de competencias, las cuales aportarán de manera significativa en el análisis y la generación de inferencias para asignar sentido a los mensajes en el ámbito virtual y los agrupamientos sociales en la cotidianidad de la web, en este caso, a través de los entornos educativos virtuales, incidiendo en la identidad personal y pertenencia a cierta comunidad (grado, curso o nivel educativo, uso adecuado de las tecnologías, comúnmente llamadas TIC) (Carneiro et al., 2020).

Se entiende a los canales multiplataformas como el manejo de mismos contenidos que se difunden en diferentes redes sociales. Para referirse a las nuevas narrativas surgidas a raíz de la convergencia mediática se han utilizado múltiples términos como: *crossmedia*, múltiple plataformas, *intertextual commodity*, *transmedial worlds*, *transmedial interactions*, *multimodality* y *overflow* (Scolari, 2018).

El relato multiplataforma es, probablemente, la forma más básica de narrativa multimedia. Consiste en la narración de la misma historia en diferentes medios o soportes, adaptándose al lenguaje-forma (Balázs, 1972).

Las nuevas tecnologías se refieren los medios que se han posicionado en los últimos años y que han servido de puente para la comunicación entre las sociedades; por consecuencia, la creación de nuevos medios de comunicación sustentados y creados en internet es la mayor herramienta de información que se posee en estas épocas. La comunicación instantánea entre diferentes continentes y a un bajo costo representa la factibilidad y el proceso inmediato de intercambio de información, así se logra entender que los contenidos no serán transmitidos solamente por una fuente sino por varios y que a su vez llegue a más usuarios sin límite de tiempo (Velandia, 2018).

3. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

3.1. Situación de las Redes Sociales de la UPSG

Como consecuencia de la pandemia del Covid-19, la UPS-G tomó medidas para adaptarse al nuevo modelo de estudio; con ese cambio muchos estudiantes de la sede Guayaquil se vieron expuestos a tomar decisiones sobre la continuidad de sus carreras. Todo dependía de la situación económica, del espacio adecuado para estudiar y de los equipos digitales fundamentales para el mismo, para ello era necesario conocer de propia fuente el estado en que se encontraba cada estudiante, la aplicación de las encuestas se dio en el periodo 56 (marzo/ 2020 – octubre/ 2020) con objetivo de generar estadísticas exactas obteniendo un verdadero resultado sobre la interrupción de los estudios.

| ▼ | Hora de inicio | ▼ | Hora de finalización | ▼ | Correo electrónico | ▼ | Nombre | ▼ | Sexo | ▼ | Carrera a la que per | ▼ | Escoja el motivo de | ▼ | Consid |
|----|-------------------|-------------------|----------------------|---|--------------------|---|--------|---|--------|---|------------------------|---|------------------------|---|--------|
| 1 | 10/21/20 12:46:13 | 10/21/20 12:46:51 | anonymous | | | | | | Mujer | | Administración de Em | | Dificultades económic | | Si |
| 2 | 10/21/20 12:46:04 | 10/21/20 12:47:02 | anonymous | | | | | | Hombre | | Mecatrónica | | Dificultades económic | | Si |
| 3 | 10/21/20 12:47:13 | 10/21/20 12:47:40 | anonymous | | | | | | Mujer | | Computación | | Otros | | Si |
| 4 | 10/21/20 12:47:27 | 10/21/20 12:48:08 | anonymous | | | | | | Mujer | | Administración de Em | | Dificultades económic | | Si |
| 5 | 10/21/20 12:47:46 | 10/21/20 12:48:10 | anonymous | | | | | | Mujer | | Computación | | Por falta de herramier | | No |
| 6 | 10/21/20 12:47:58 | 10/21/20 12:48:32 | anonymous | | | | | | Mujer | | Industrial | | Dificultades con las m | | Si |
| 7 | 10/21/20 12:48:15 | 10/21/20 12:48:55 | anonymous | | | | | | Mujer | | Industrial | | Dificultades económic | | Si |
| 8 | 10/21/20 12:48:48 | 10/21/20 12:49:08 | anonymous | | | | | | Hombre | | Automotriz | | Dificultades con las m | | Si |
| 9 | 10/21/20 12:49:14 | 10/21/20 12:49:33 | anonymous | | | | | | Hombre | | Comunicación | | Dificultades económic | | Si |
| 10 | 10/21/20 12:49:32 | 10/21/20 12:50:02 | anonymous | | | | | | Hombre | | Comunicación | | Dificultades económic | | No |
| 11 | 10/21/20 12:49:21 | 10/21/20 12:50:29 | anonymous | | | | | | Mujer | | Industrial | | Dificultades económic | | Si |
| 12 | 10/21/20 12:50:32 | 10/21/20 12:51:01 | anonymous | | | | | | Mujer | | Mecatrónica | | Dificultades económic | | Si |
| 13 | 10/21/20 12:50:53 | 10/21/20 12:51:31 | anonymous | | | | | | Mujer | | Industrial | | Dificultades económic | | Si |
| 14 | 10/21/20 12:50:54 | 10/21/20 12:51:34 | anonymous | | | | | | Mujer | | Industrial | | Dificultades económic | | Si |
| 15 | 10/21/20 12:50:48 | 10/21/20 12:52:10 | anonymous | | | | | | Mujer | | Administración de Em | | Dificultades económic | | Si |
| 16 | 10/21/20 12:51:38 | 10/21/20 12:52:12 | anonymous | | | | | | Mujer | | Contabilidad y Auditor | | Dificultades económic | | Si |
| 17 | 10/21/20 12:51:31 | 10/21/20 12:52:13 | anonymous | | | | | | Mujer | | Electrónica y Automati | | Dificultades con las m | | No |
| 18 | 10/21/20 12:54:12 | 10/21/20 12:54:38 | anonymous | | | | | | Hombre | | Electricidad | | Dificultades económic | | Si |
| 19 | 10/21/20 12:55:53 | 10/21/20 12:56:19 | anonymous | | | | | | Mujer | | Automotriz | | Dificultades económic | | No |

Figura 2 Fragmento de la *Matriz de Encuestas*

3.2. Problema

El problema que se evidencia en el periodo 56 y 57 donde inició una baja significativa en el número de matriculados por carreras de la UPS-G es la dificultad económica como se muestra en la Figura 3 y 4. Los datos recopilados por la Dirección de Tecnologías de la Información (DTI), se pueden consultar a detalle en las Tablas 7-9 en el apéndice A.

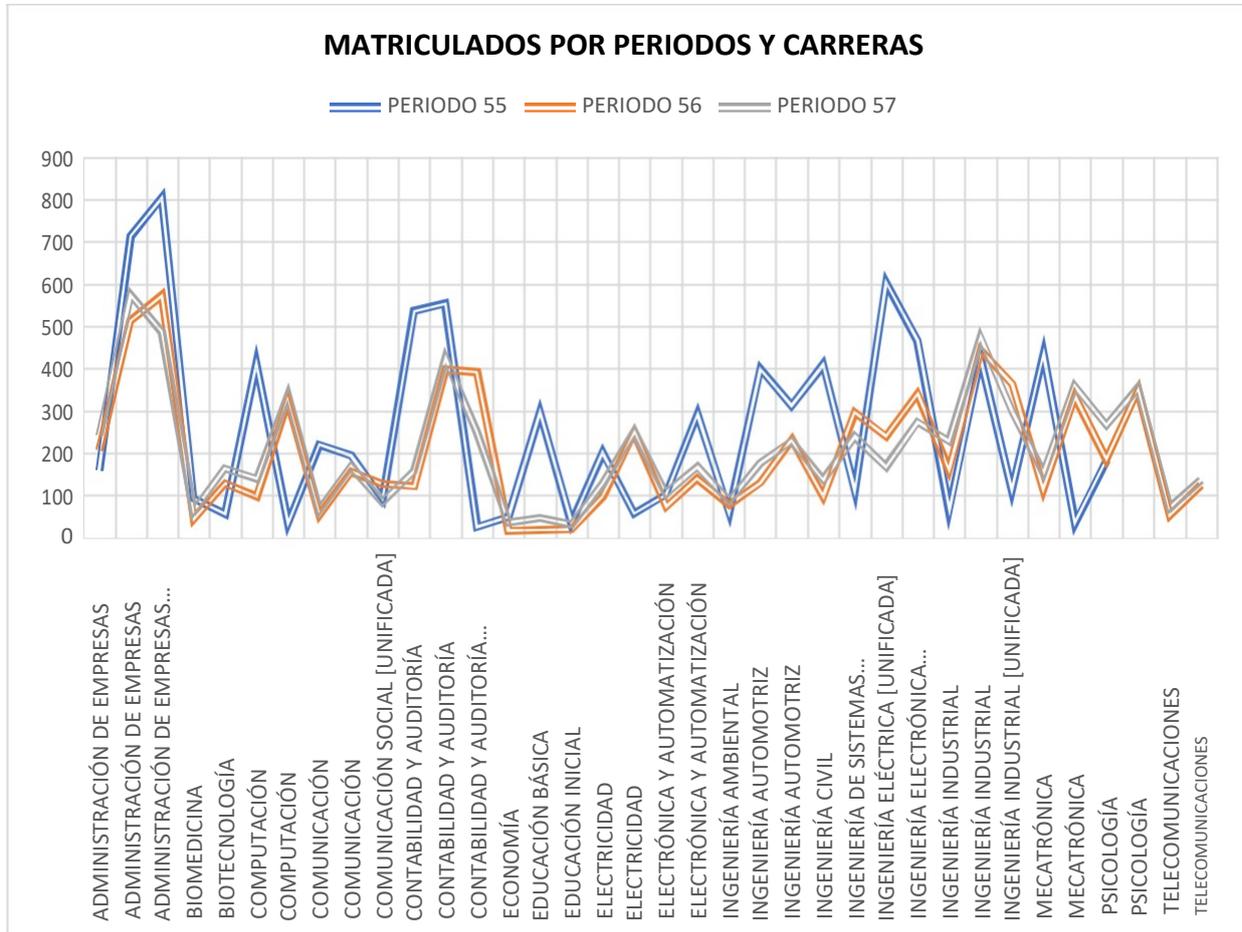


Figura 3 Estadístico de matriculados por periodo 55,56 y 57

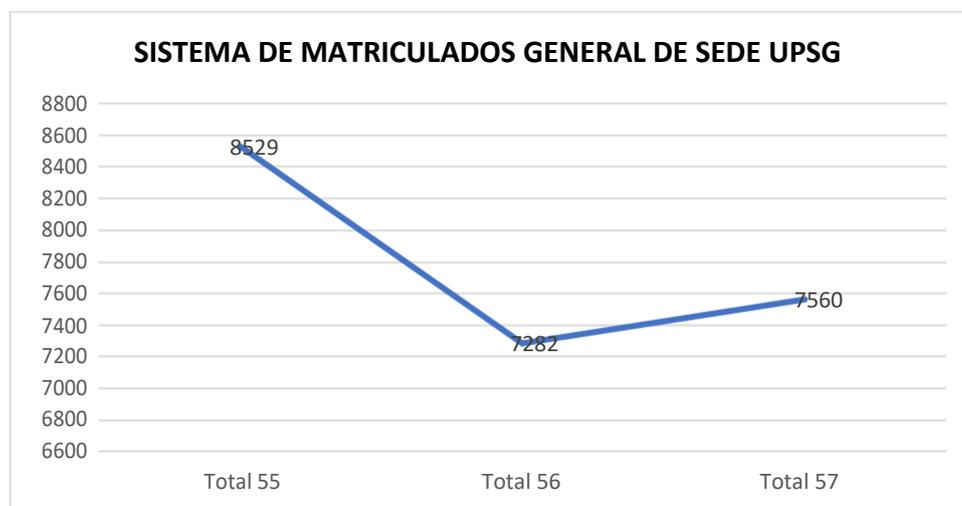


Figura 4 Estadístico general de matriculados por periodo

3.3. Análisis FODA

Desde su creación el 23 de septiembre de 1998, en la sede Guayaquil se ha incursionado en varios ámbitos con la apertura constante de nuevas carreras para atender la demanda de la zona costera, por lo cual hasta el 2019 mantuvo un crecimiento favorable con incremento de estudiantes en cada semestre; no obstante, esas cifras cambiaron a raíz de la Pandemia, empezando a enfrentar cifras negativas a los cuales debía responder de manera estratégica ante la nueva realidad; a continuación, el detalle de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del equipo de producción audiovisual que forman parte de Admisiones:

Tabla 1 Análisis FODA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Recurso humano altamente preparado. • Elaboración productos de calidad • Motivación del personal de comunicación y admisiones. • Uso de los recursos tecnológicos que responden a la actualidad. | <ul style="list-style-type: none"> • Contenidos con bajo impacto en los usuarios • Estrategias con poca efectividad • Carencia de conocimiento de programas para creación de productos multimedia • Bajo conocimiento de multiplataformas digitales (generadores de contenido). |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de los contenidos en las RRSS: IG – FB (adicionar Tik Tok) • Difusión de la marca UPS como imagen institucional. • Socialización de los beneficios de estudiar en la UPS-G • Charlas sobre becas y beneficios que la UPS ofrece a sus públicos. | <ul style="list-style-type: none"> • Competencia apegada a la vanguardia. • Crisis económica. • Continuidad de la pandemia • Ruptura en los sistemas de bioseguridad. • Nichos y mercados saturados. |

3.4. Análisis de la oferta y la demanda

Entre los principales objetivos de la UPS-G, están difundir todo lo positivo que genera en la parte académica, investigativa, cultural, deportiva, de ciencia y tecnología, de emprendimiento, innovación e investigación en las redes sociales que sostiene en su sede Guayaquil.

A pesar de la situación, la UPS-G no se detiene en su afán de llegar a más aspirantes con charlas, *webinars*, seminarios, entrevistas para aplacar el remezón por pandemia.

La pandemia llevó a las universidades a potenciar sus plataformas digitales con contenidos informativos, formativos y promocionales; la publicidad online creció frente a la offline, para alcanzar a una mayor cantidad de usuarios y despertar su interés para lograr mayor interacción.

a) ¿Cuáles son las Universidades con mejor oferta en RRSS en tiempos de Pandemia?

Análisis de la red social @lasalesianagye, tanto en IG como FB, frente a ocho universidades privadas en Guayaquil que desarrollan contenidos multiplataforma, consideradas competencia directa y que tienen el mismo fin de informar sobre su vida institucional, oferta académica, costos, como se observa en la Tabla 2.

3.4.1. Red Social Instagram

Tabla 2 Comparativa de IG por universidades

| Universidades | Seguidores | Tasa de participación | AVG le gusta | Comentarios de AVG |
|---------------|------------|-----------------------|--------------|--------------------|
| ITB | 55,618 | 0,41% | 222.50 | 4.76 |
| UEES | 36,973 | 1,77 | 649.56 | 5.50 |
| ECOTEC | 36,49 | 1,05% | 376.88 | 5.19 |
| UCSG | 34,94 | 0,03% | 8.94 | 0.00 |
| ESPOL | 28,08 | 5,02% | 1.398,75 | 10.44 |
| CASA GRANDE | 21,657 | 0,39% | 82.25 | 4.40 |
| ARGOS | 17,487 | 0,27% | 46.19 | 1.69 |
| LAICA | 16,4 | 0,70% | 115.13 | 0.00 |
| UPS-G | 10,962 | 0,36% | 39.19 | 0.44 |



Figura 5 Análisis de seguidores en Instagram

3.4.2. Red Social Facebook

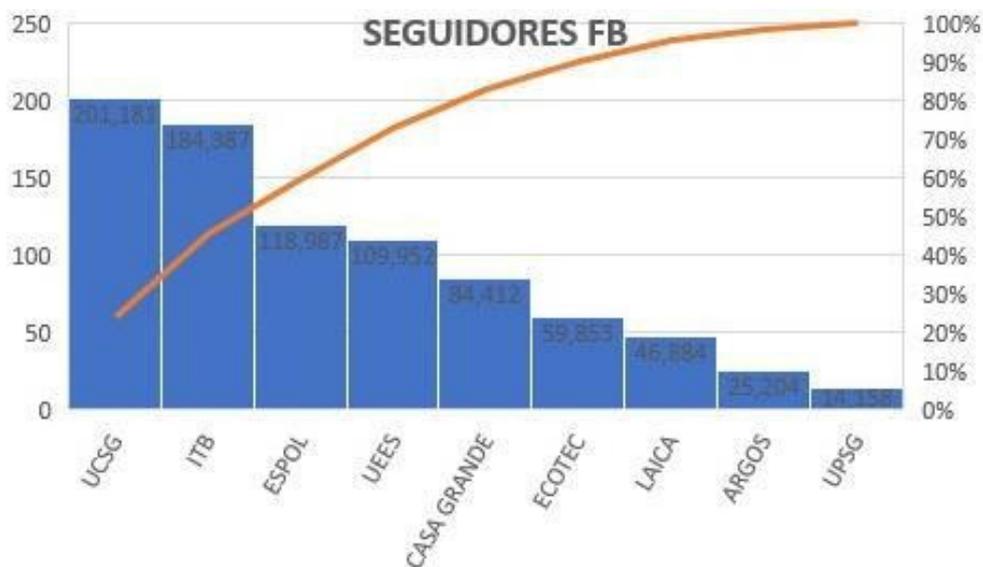


Figura 6 Análisis de seguidores en Facebook

La pandemia afectó a todos, por lo que las universidades readaptaron y crearon nuevas estrategias en sus medios sociales para entregar información, noticias, artes, afiches, entre otros contenidos multimedia y multiplataforma.

De la mano de la creación o actualización de las redes sociales va implementada la sincronización de la información correcta para el consumidor; dicha persona es la encargada

de seguir el contenido de las redes y cuestionar de manera positiva o negativa su desenvolvimiento. El contenido que se ofrece en las redes es el factor clave que se debe implementar en cualquier estrategia de comunicación que utilice cada universidad. En consecuencia, la dinámica de consumir contenidos universitarios en las redes sociales se evidencia mediante el compromiso que denote el estudiante a través de la interacción, comentarios y conexión con la institución.

b) ¿A qué le llamamos demanda?

El consumidor o grupo objetivo (target), siempre que ve un atractivo en RRSS, sin aislarse de la parte de oferta académica y/o educativa, busca interactuar directamente con miras a solicitar información y que este responda activamente a su requerimiento.

Los usuarios a pesar de la situación buscan en las redes que las universidades muestren los beneficios que cada una ofrece; esto quiere decir que, cada usuario espera no desistir en el ánimo de seguir adquiriendo conocimientos, es decir, estudiar, pero sin que afecte su situación económica que ha sido el factor principal en la deserción a partir de la pandemia desde diciembre del 2019 hasta la actualidad.

3.5. Los Stakeholders como Consumidores de Contenidos

3.5.1. ¿Qué es un Stakeholders?

Los *stakeholders* son considerados como públicos de interés, es decir, que la información que transita en las RRSS, es consumida y producida directamente de una empresa, institución u organización que permite visibilizar su marca. Por lo tanto, todos aquellos que conforman este grupo pueden ser: administrativos, docentes y personal de servicios, llámense a estos empleados, por otro lado, los proveedores, clientes, entre otros.

En primera instancia, el concepto de Robert Edward Freeman ha permitido que toda la atención se centre en los denominados “grupos de interés”, ya que la necesidad de potenciar la imagen corporativa y/o empresarial que engloba la planificación de estrategias para las diversas compañías (Fernández & Bajo, 2012).

3.6. Los usuarios en las redes sociales de La Salesiana Guayaquil

El usuario que consume contenidos en las diversas redes sociales de la UPS en la sede Guayaquil lo hace con la finalidad de obtener información que complemente sus inquietudes sobre lo que ofrece la universidad, además que también los contenidos sean más agradables y amigables, por ello, consultamos al Ing. Fabián Villacrés, director de la carrera de Administración de Empresas de la sede, sobre los contenidos de FB e IG, esta es su conclusión:

“Necesitamos que se difunda todo lo referente a lo que hace la UPS, pero que el contenido sea tratado de una manera creativa, a tal paso que los nuevos aspirantes visualicen que nuestra institución se identifica rápidamente con ellos. A pesar de que existen nuevas generaciones conocidos como millenials y centenials, no quepa la menor duda que tratar de generar contenido exige tiempo y dedicación para que su alcance sea efectivo y no seguir acarreado deserción educativa”.

Desde los resultados de la carrera de Ingeniería Industrial, su directora la Ing. Fabiola Terán, confirma lo siguiente:

“La pandemia ha hecho que los docentes nos preparemos para los nuevos desafíos tecnológicos, pero, es necesario que todos los esfuerzos se vean reflejados en las publicaciones para alcanzar credibilidad y confianza de nuevos públicos que no desistan de seguir formándose a pesar de la situación que atravesamos”.

A continuación, un análisis de los contenidos y las interacciones generadas en las redes de @lasalesianagye en sus cuentas de FB e IG manejadas por la dirección de Admisiones:

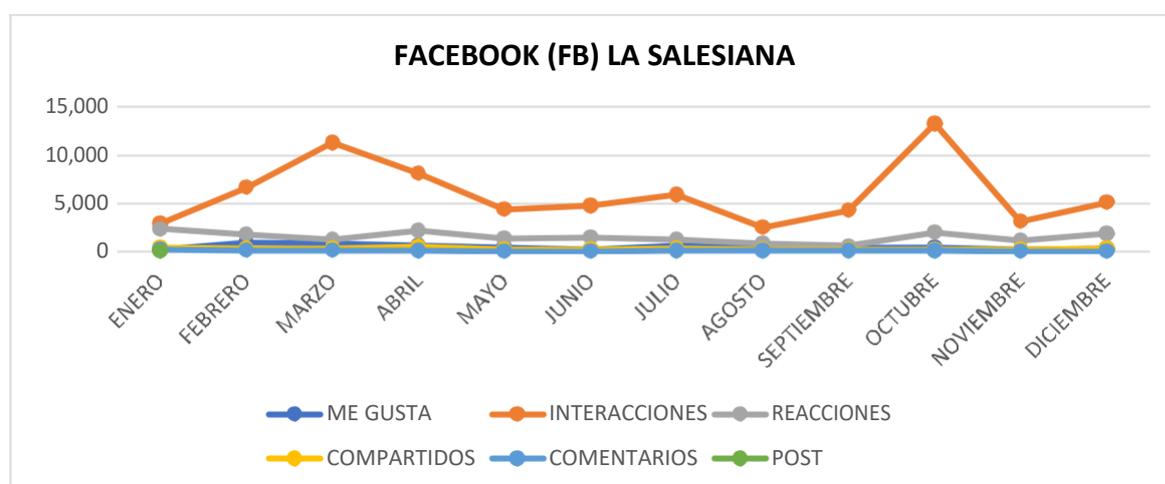


Figura 7 Interacciones de los públicos externos La Salesiana FB

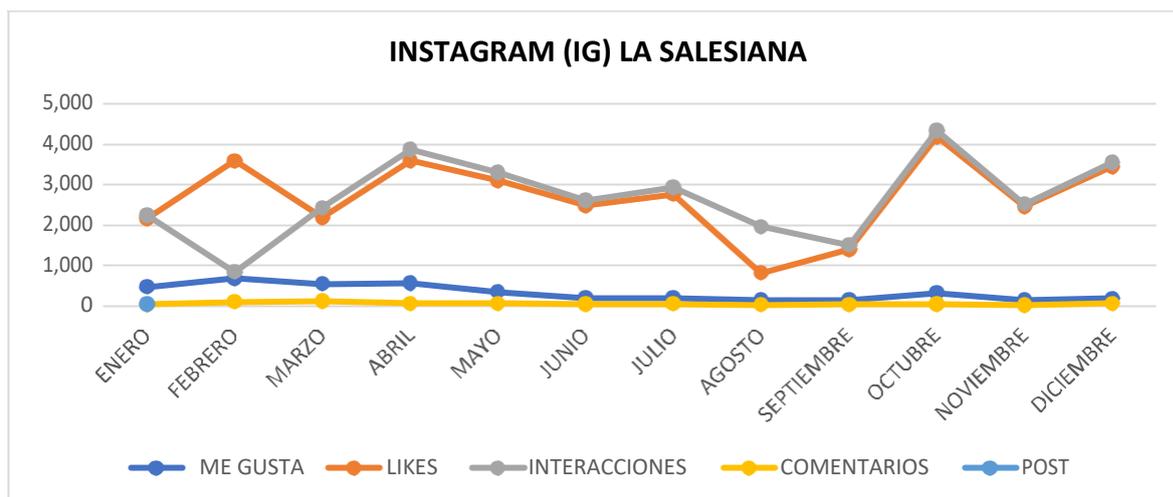


Figura 8 Interacciones de los públicos externos La Salesiana IG

4. VIABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

4.1. Análisis de Sostenibilidad

La evaluación del plan depende de los problemas detectados con antelación para que el mismo sea efectivo, comprendiendo qué se va a comunicar, a quién se va a comunicar, y cómo se va a comunicar, dejando la subjetividad, aplicando las premisas adquiridas en la investigación.

Dentro del análisis que se quiere lograr como objetivo principal es establecer si este proyecto reúne los componentes aplicables para la generación de contenidos que comuniquen e informen de mejor manera y así llegar a los públicos externos “stakeholders” usando un sistema de comunicación que genere un impacto con estrategias que potencien la imagen institucional a través de las diversas RRSS de La Salesiana Guayaquil.

En tiempos de COVID-19 hay que generar los vínculos entre las empresas y la sociedad (Acosta, 2020), generando nuevas estructuras que reactiven y reposicionen a las empresas en los más alto niveles de confianza y credibilidad; el compromiso de la ejecución del proyecto a corto y/o mediano plazo está en que la marca de las empresas se potencien en el sector educativo en las RRSS como es el de la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil. Por tal motivo, el fin es que la ejecución sea sustentable y sostenible para la realización y la aplicación positiva de la gestión en el pan de comunicación.

Propósitos de auditoría de las redes sociales de la sede:

- Observar el manejo de las RRSS y su contenido que está siendo mal empleado en las diversas publicaciones en las plataformas de La Salesiana Guayaquil.
- Identificar las posibles causas de contexto y de forma en los mensajes multimediales que se publican en tiempos de crisis en las redes sociales.
- Replantear opciones de mejoras previamente evaluadas.
- Aspectos para evaluar
- Económico – presupuestario
- Social - Humano
- Institucional – tecnológico

Para el análisis se aplicó una metodología cuali-cuantitativa, que buscaba denotar la realidad de la situación de la UPS-G por la baja de estudiantes (desertores), además, visualizar las diversas publicaciones en cuanto a contenidos en tiempos de pandemia que posiblemente no comunican de manera efectiva, además de la razón principal de la deserción estudiantil que atraviesa la UPS, para ello se aplicó una encuesta a los estudiantes de diferentes carreras del periodo 55 (octubre 2019 a marzo 2020) que desertaron para el periodo 56 (abril a septiembre 2020); el índice de respuestas es de mayor inclinación a problemas derivados del Covid-19 es de mayor interés, ya que el trasfondo es conocer cómo y qué estamos comunicando para evitar la deserción actual.

El desarrollo de esta investigación sobre la deserción inició en el proyecto áulico dirigido con el experto en Metodología en Análisis de Datos para la Gestión de la Comunicación, el PhD. Pedro Manuel Molina Rodríguez Navas, docente invitado para la Maestría en Comunicación Estratégica Digital de la Universidad Politécnica Salesiana. El experto de la Universidad Autónoma de Barcelona - España avaló las preguntas y los resultados de la encuesta, identificando cuáles serían las preguntas que respondería asertivamente a la proyección de la intención de la investigación.

Ítems de la encuesta:

- Sexo
- Carrera a la que pertenece
- Escoja el motivo de haber postergado o desertado.
- Considera Usted retomar sus estudios en el 2021.

Conociendo la cantidad de estudiantes (2.454) que responden al periodo 55 (octubre 2019 a marzo 2020) y que ya en el 56 (abril a septiembre 2020) no estaban cursando en el semestre, se aplica al número de estudiantes y se concentra la atención en la encuesta para conocer la realidad por pandemia utilizando la siguiente formula (Aguilar, 2005):

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{d^2}$$

Ecuación 1

Donde:

n=población (estudiantes)

p = proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia

q = proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio (1 -p).

La suma de la p y la q siempre debe dar 1. Por ejemplo, si p=0.8 q= 0.2
d = nivel de precisión absoluta.

N = tamaño de la población G

Z = valor de Z crítico, calculado en las tablas del área de la curva normal. Llamado también nivel de confianza.

Figura 9 Desglose de la ecuación 1

La muestra de la población es de 745 estudiantes de los 2.454 que desertaron para conocer la realidad de su abandono y si existiere el caso de retomar sus estudios más adelante. Es también necesario indicar que no sería efectivo que la muestra encuesta respondan ya que por diversos motivos no contaríamos con una positiva retroalimentación para el proyecto.

En consecuencia, en el tiempo estimado de una semana para recabar las respuestas y los resultados se muestran a continuación de 592 encuestados que participaron.

4.2. Resultados de las Encuestas

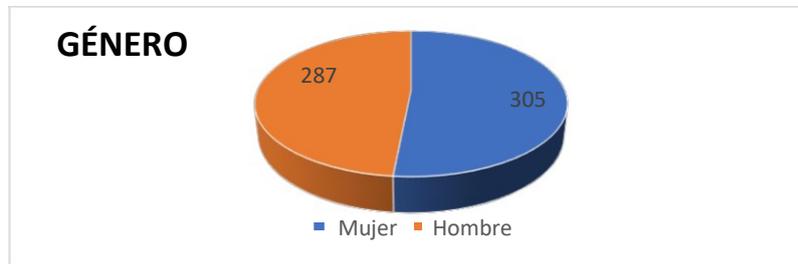


Figura 10 Pregunta #1 de la encuesta, GÉNERO.

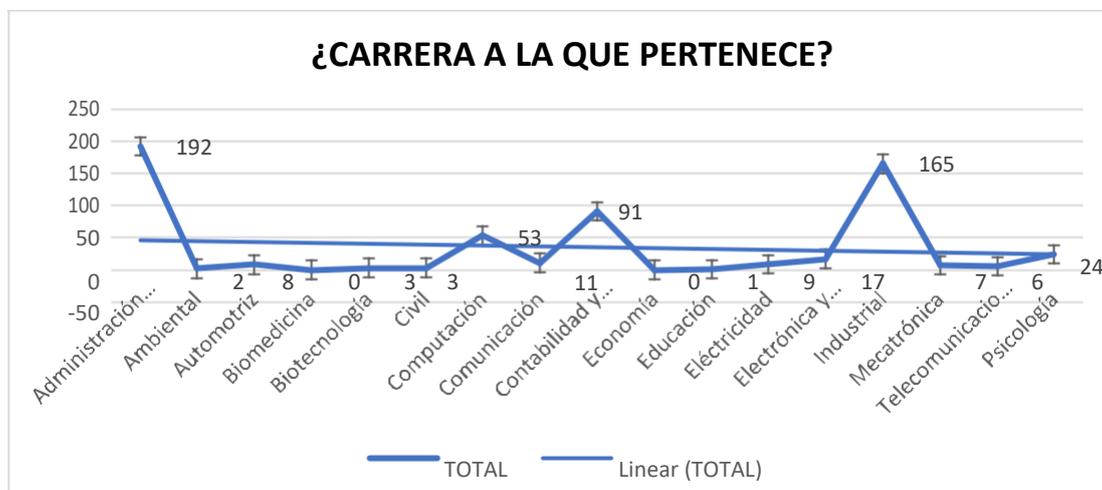


Figura 11 Pregunta #2 de la encuesta, ¿carrera a la que pertenece?

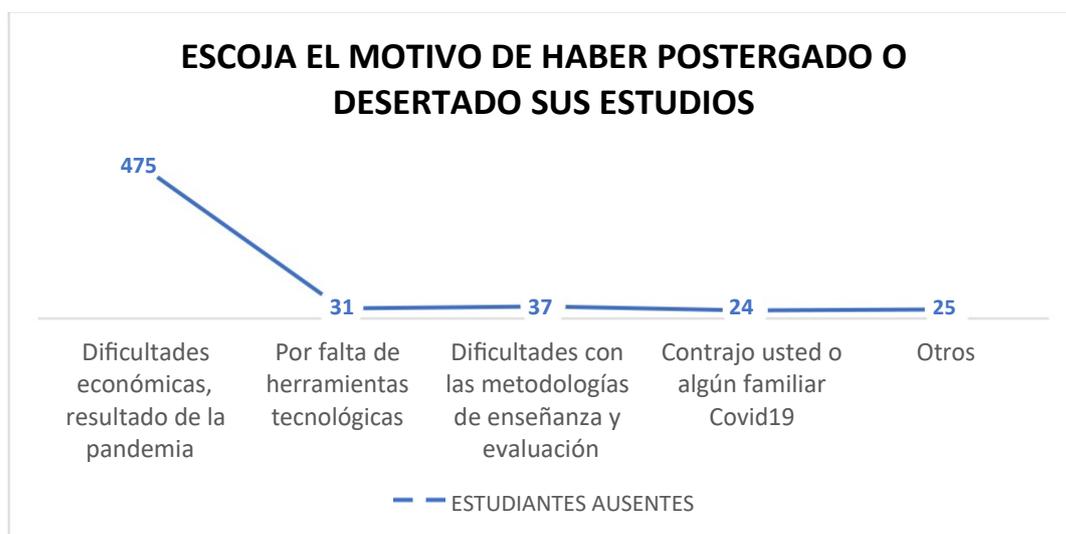


Figura 12 Pregunta #3 de la encuesta, motivo de haber postergado o desertado sus estudios.

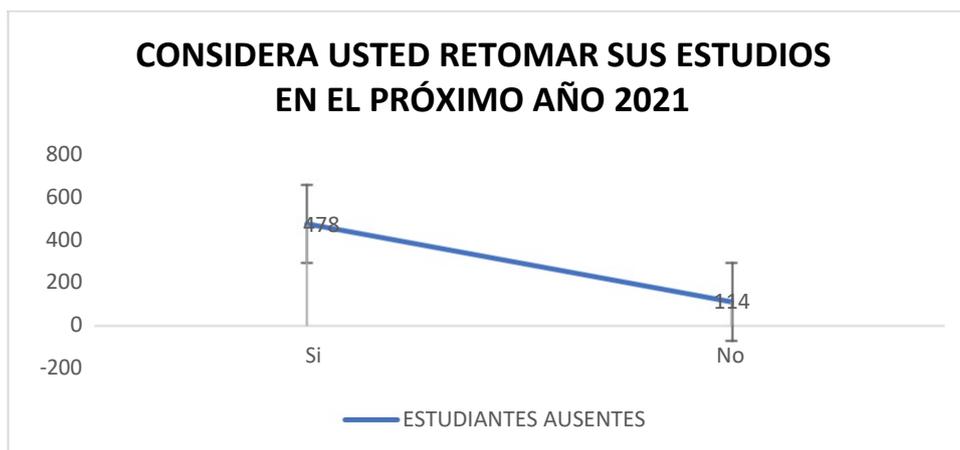


Figura 13 Pregunta #4 de la encuesta, *Considera usted retomar sus estudios en el próximo año 2021.*

Entre los entrevistados tenemos:

- Ing. Raúl Álvarez Guale, vicerrector de sede entrante al momento de encuestar.
- Ec. Andrés Bayolo Garay, vicerrector saliente.
- Ing. Fabiola Terán Alvarado, directora de Carrera de Ingeniería Industrial.
- Ing. Fabián Villacrés Beltrán, director de carrera de Administración de Empresas.
- Recursos Humanos

El equipo de producción de contenidos en el tema de manejo de redes sociales que se encuentra bajo la Dirección Técnica de Admisiones.

Personal de servicios UPS-G:

- Ing. Wendy Luna Ramos, directora técnica de Admisiones.
- Ec. María Eugenia Álvarez, Analista, oferta académica y seguimiento de las RRSS.
- Grupo Creativo de producción contenido:
 - Lcda. Mariella Velastegui Peñafiel, Diseñadora Gráfica.
 - Lcdo. Ronald Álvarez Castro, Productor Audiovisual.
 - Lcda. Ninibeth Bustamante Arévalo, Redacción Creativa y Productora Audiovisual.
- Recurso Humano de apoyo externo:
 - Lcdo. Fernando Suéscum, SEO Inbox Solutions (Externo - Community Manager).

El grupo de creativos comparte el material bajo responsabilidad de la analista, direccionando bajo previa revisión y aprobación al Community Manager, SEO, ya que, en base a las planificaciones para realización de contenidos por periodos, cada uno de los participantes contribuyen materiales multimedia para las RRSS (FB e IG de La Salesiana Guayaquil).

Recursos Técnicos:

- El grupo creativo de la Dirección Técnica de Admisiones (DTA), cuenta con una oficina para el desarrollo amplio de sus actividades.
- Detalle de los recursos técnicos:
- 4 cámaras fotográficas
- 3 computadoras (las máquinas cuentan con los programas de Adobe Creative Cloud 2021)
- 2 trípodes
- 1 prompter
- 1 tableta
- 2 gimball (estabilizador)
- 2 monitores de video.

La UPS cuenta con equipos, pero no han realizado la compra de cámaras filmadoras de larga duración para cuando exista el retorno a la presencialidad poder capturar los eventos duración de más de una (1) hora, tanto académico, cultural, deportivos, investigativos, etc. (sin descartar que existe el Departamento de Comunicación y Cultura que cubre este tipo de eventos de comunicación interna para conocimiento de nuestros estudiantes activos).

4.3. Viabilidad Económica y Presupuestaria

La Universidad Politécnica Salesiana está atravesando por un incremento significativo en el porcentaje de deserción, por lo que sus ingresos se ven comprometidos por la disminución de la capacidad adquisitiva de los estudiantes y sus familias; si bien las cifras no favorecen, existe una política de austeridad, en la cual, el personal de la Dirección Técnica de Admisiones, Secretaría Técnica de Marketing y la Dirección Técnica de Comunicación, instancias que se encargan de la difusión en medios offline y online cuentan con el apoyo económico y presupuestario para potenciar la imagen institucional, con el fin de revertir los números que en

la actualidad afectan a todas la universidades y que hoy las multiplataformas digitales son necesarios para la promoción y la publicidad en RRSS. Por consecuente, el plan que se propone deberá propiciar rubros bajos para reposicionar la marca institucional.

4.3.1. *Análisis de fortalezas y riesgos*

Para la propuesta del plan, existen varios aspectos que se consideran como de riesgo, asimismo, existen fortalezas que también se pueden rescatar:

Fortalezas:

- a) Compromiso del equipo de trabajo.
- b) Predisposición de adquirir nuevos conocimientos.
- c) Apoyo económico y presupuestario

Riesgos:

- a) Falta de recurso humano propio de la UPS para que lo ejecute.
- b) Poco recurso digital (propio) para el seguimiento de las analíticas.
- c) Poco recurso digital (plataformas – software) para creación de nuevos recursos multimedia.

5. PRESUPUESTO

La UPS cuenta con los recursos financieros y presupuestarios para el periodo de los años vigentes 2021 (periodo 57 y 58), apoyo que dieron las máximas autoridades, P. Juan Cárdenas, rector de la institución.

Sin embargo, se debería considerar lo siguiente:

- Tener a tiempo completo a un community manager, para que se dedique al manejo exclusivo de las RRSS de la Salesiana Gye.
- Elaboración de material POP para eventos, nuevos diseños apegados a los actuales tiempos: POP ART, COMIC, etc.
- Elaboración de espacios para el gozo y disfrute de los estudiantes en tiempos de retorno (zonas culturales)
- Branding de los bloques de la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil
- Presupuesto para publicidad en espacios exclusivos y zonas turísticas de la ciudad para generar mayor alcance en la población promoviendo las redes sociales de la sede.

- Mayor generación de contenido para medios offline y online.
- Generación de contenidos para las RRSS e incluir Tik Tok para publicitar.

6. ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN

La estrategia busca atender a las particularidades de los estudiantes en sus necesidades de interacción en un plano social, al responder mediante contenido visual y audiovisual que sea informativo, formativo y emocional con el objetivo de guiarlos en procesos, aprendizajes y animarlos, ante el cansancio que debilita su capacidad de permanencia. Respecto, a la principal causa expresada por los estudiantes que es la falta de recursos económicos, la estrategia se enfocará en alentar a que se prioricen los estudios a través de una serie de mensajes enfocados en mostrar la importancia de la profesionalización.

6.1. Estrategia operativa

6.1.1. Metas por cumplir

- a) Crear audiovisuales que evidencien el beneficio académico de forma virtual.
- b) Construir equipos de trabajo donde se fusione el área académica y administrativa.
- c) Diseñar una línea gráfica con contenidos exclusivos sobre el desarrollo de la educación en la UPS.
- d) Formar una comunidad activa en las redes sociales de la universidad.

6.2. Estrategias y tácticas para implementar

Primera estrategia: Impacto visual.

Tabla 3 Primera estrategia de ejecución.

| Idea(s) Fuerza(s) - Mensaje | Tono - Estilo | Táctica | Acción | Indicadores | FECHA DE IMPLEMENTACIÓN | FECHA DE CUMPLIMIENTO | RESPONSABLE | OBSERVACIÓN |
|--|---------------|---|---|--|-------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| "EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE" Estrategia comunicacional sobre la importancia de estudiar en la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil para evitar la deserción académica. | Informativo | Producir un audiovisual que genere expectativa y engagement | Creación de videos, animaciones, Gifs, memes, fotos, videos y fotos con Drone para redes sociales | Visualizaciones / interacción / seguidores / comentarios, compartidos | 6/11/2021 | 6/12/2021 | Admisiones | Analizar el informe de RRSS |
| | | Crear contenido académico que exprese la importancia de estudiar en tiempos de Covid-19. | Elaboración de Afiches, esquelos, postales. | Views / Compartidos / Likes | 5/11/2021 | 5/12/2021 | Admisiones | Analizar el informe de RRSS |
| | | Difundir noticias que generan las carreras en sus actividades académicas: Instalaciones y laboratorios UPS. | Socialización de los nuevos académicos de la UPS a raíz del Covid-19 y la modalidad virtual. | Número de personas/ charla académica/ Formulario de desempeño / Encuesta de satisfacción | 6/11/2021 | 6/12/2021 | Admisiones y Financiero | Analizar el informe de RRSS y CRM |

Segunda estrategia: Fortalecimiento de la comunicación interna.

Tabla 4 Segunda estrategia de ejecución.

| Idea(s) Fuerza(s) - Mensaje | Tono - Estilo | Táctica | Acción | Indicadores | FECHA DE IMPLEMENTACIÓN | FECHA DE CUMPLIMIENTO | RESPONSABLE | OBSERVACIÓN |
|---|-----------------------------------|--|--|-----------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------------|--------------------------------|
| "JUNTOS POR LA EDUCACIÓN" La implementación de nuevas herramientas digitales adaptadas a la academia para continuar con el proceso de asimilación de contenidos | Racional, cooperativo, confiable. | Elaborar alianzas y estrategias con los departamentos de Comunicación, Marketing y Bienestar Estudiantil | Realización de reuniones de trabajo para dialogar y fortalecer las estrategias | INDICADOR DE EFICACIA | 6/11/2021 | 6/12/2021 | Departamento de Comunicación | Analizar alianzas y resultados |
| | | Mostrar los contenidos creados mediante diferentes canales | Organización de agenda de medios y clasificación de los contenidos | INDICADOR EFICIENCIA | 6/11/2021 | 6/12/2021 | Departamento de Comunicación | Analizar alianzas y resultados |

Tercera estrategia: Alcance, espectro en RRSS (IG y Facebook).

Tabla 5 Tercera estrategia de ejecución.

| Idea(s) Fuerza(s) - Mensaje | Tono - Estilo | Táctica | Acción | Indicadores | FECHA DE IMPLEMENTACIÓN | FECHA DE CUMPLIMIENTO | RESPONSABLE | OBSERVACIÓN |
|--|----------------------|---|--|------------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------|-----------------------------------|
| "LA EDUCACIÓN ES TAMBIÉN CREATIVIDAD" Las Redes Sociales como medio de comunicación masivo | Racional, confiable. | "Reforzar cuenta Tik Tok con contenido académico que genere motivación y beneficios que ofrece la UPS para continuar los estudios | Ejecución de un breve recorrido de Tik Tok para identificar cuales son las dinamicas del momento | INDICADOR DE POSICIONAMIENTO | 6/11/2021 | 6/12/2021 | Admisiones | Analizar el informe de RRSS y CRM |

Cuarta estrategia: Virtual de información

Tabla 6 Cuarta estrategia de ejecución.

| Idea(s) Fuerza(s) - Mensaje | Tono - Estilo | Táctica | Acción | Indicadores | FECHA DE IMPLEMENTACIÓN | FECHA DE CUMPLIMIENTO | RESPONSABLE | OBSERVACIÓN |
|--|--------------------------|--|---|---|-------------------------|-----------------------|-------------|-----------------------------------|
| "RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO" Estrategia de elaboración de productos transmedia y la importancia de educación virtual en tiempos de pandemia | Nostalgico e Informativo | Crear una historia nostálgica, pero que genere un punto de giro hacia el positivismo sobre la necesidad de seguir preparamos profesionalmente (virtualidad) en la UPS para la vida en tiempos de pandemia. | Creación de audiograma en formato podcast | Visualizaciones / interacción / seguidores / comentarios, compartidos | 6/11/2021 | 6/12/2021 | Admisiones | Analizar el informe de RRSS y CRM |
| | | Elaborar storytelling que narre una historia nostálgica, pero que genere un punto de giro hacia el positivismo sobre la necesidad de seguir preparamos profesionalmente en la UPS. | Elaboración de un producto audiovisual: Transmedia. | Views / Compartidos / Likes | 6/11/2021 | 6/12/2021 | Admisiones | Analizar el informe de RRSS y CRM |

En base a la proyección, lo que requiere establecer es que los contenidos mejoren evitando la deserción que en la actualidad atraviesan las universidades, en la cual, la Salesiana no queda aislada de la problemática antes citada, por eso lo que pretende es mejorar la comunicación, tanto interna como externa. generando contenidos de valor aplicando cada estrategia antes citada.

Por tal motivo:

- a) Concienciar sobre la importancia de la educación en tiempos de Covid-19, desarrollando productos audiovisuales, afiches y finalizar con charlas de socialización con el fin de compartir con los estudiantes activos y nuevos públicos la importancia de estudiar aún en tiempos de Pandemia.
- b) Realizar alianzas estratégicas con las Direcciones Técnica de Comunicación, Admisiones y Marketing y Bienestar Estudiantil para fortalecer los contenidos que se pretenden socializar con los estudiantes y nuevos públicos.
- c) Crear nuevos contenidos a través de la plataforma "Tik Tok", con el fin dar cabida a canales donde los nuevos públicos conozcan también las herramientas tecnológicas que aportan favorablemente a la comunicación.
- d) Mejorar las herramientas y canales de comunicación existentes

De acuerdo con un exhaustivo planteamiento, las estrategias responden a la necesidad que tiene la universidad con miras a contrarrestar el gran impacto que la pandemia ha generado a raíz del Covid-19; el plan pretende responder a mediano y largo plazo.

En consecuencia, para una mejor planificación de las actividades con miras a una mayor efectividad, se propone un plan de acción, el mismo que se ejecutará para medir las interacciones que los usuarios tengan con las diversas plataformas o canales de la UPS-G, tales como: Facebook, Instagram y Tik Tok (se incrementará esta red social). Las estrategias que se implementen responden a las necesidades que se evidencian a lo largo de la investigación. El cronograma se incorpora en los anexos, apéndice B.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, J. (2020). *Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*.
<https://www.youtube.com/watch?v=Dvryd0wqdvq>
- Aguilar, S. (2005). *Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud*.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>
- Arancibia, R. y Tigrero, C. (2017) Aproximaciones a la deserción universitaria en Chile.
<https://doi.org/10.1590/S1678-4634201708165743>
- Balázs, B. (1972). *El Film: Evolución y Esencia de un Arte Nuevo*. Gustavo Gili.
<https://books.google.com/books?id=msUKAAAAMAAJ&pgis=1>
- Blázquez, F. (2001). *SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN JUNTA DE EXTREMADURA*.
- Canales, A., & De los Ríos, D. (2007). Factores explicativos de la deserción universitaria.
Calidad En La Educación, 0(26), 173. <https://doi.org/10.31619/caledu.n26.239>
- Carneiro, R., Toscano, J. C., & Díaz, T. (2020). *Organização dos Estados Ibero-americanos Los desafíos de las TIC para el cambio educativo Los desafíos de las TIC para el cambio educativo*. www.oei.es
- Castro, P., Pérez, M., Vargas de la Fuente, A. M., & Martín, J. M. (2020). RESUMEN EJECUTIVO. In *Emprendimiento universitario en la Universidad Rey Juan Carlos en Madrid* (pp. 15–15). <https://doi.org/10.2307/j.ctv17hm8pq.4>
- Chauca, R. (2021). La covid-19 en Ecuador: fragilidad política y precariedad de la salud pública. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 28(2), 587–591.
<https://doi.org/10.1590/s0104-59702021005000003>
- CMEPT. (1990). Satisfacción de las necesidades básicas de aprendizaje. *Jomtien, Tailandia*,

5.

CNN. (2020). *Cierran Universidades por el covid-19, pero los cines se preparan para abrir en EE.UU.* <https://edition.cnn.com/videos/spanish/2020/08/21/eeuu-universidades-cierre-covid-19-coronavirus-brote-cines-abren-cnn-primera.cnn>

COE-N. (2020). *Informe de Situación COVID-19 Ecuador.* <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Informe-de-Situación-No008-Casos-Coronavirus-Ecuador-16032020-20h00.pdf>

Cortés, L. (2018). Instagram y la imagen contemporánea. *Arte, Individuo y Sociedad*, 30(1), 219–220. <https://doi.org/10.5209/aris.56878>

Di Santis, A. (2017). Reseña Histórica UPS. In *Reseña histórica.* <https://www.ups.edu.ec/resena-historica>

El Universo. (2020). *Cómo afrontan las universidades el desafío de la educación virtual en tiempos de pandemia.* <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/04/nota/7965805/como-afrontan-universidades-desafio-educacion-virtual-tiempos/>

Fernández, J. L., & Bajo, A. (2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *Adresearch Esic International Journal of Communication Research*, 6(6), 130–143. <https://doi.org/10.7263/adr.rsc.006.07>

Lavagna, E. (2020). *¿Qué es Instagram y para qué sirve esta red social?* <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>

Martínez, M., Buxarrais Estrada, M. R., & Esteban Bara, F. (2002). La universidad como espacio de aprendizaje ético. *Revista Iberoamericana de Educación*, 29, 17–43. <https://doi.org/10.35362/rie290949>

Decreto Presidencial No 1017, Presidencia de la República del Ecuador 6 (2020). https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/03/Decreto_presidencial_No_1017_17-Marzo-2020.pdf

Pineda B., C., Pedraza O., A., Baquero, M., Dussan, F. H., & Ramírez B., M. (2010). *La voz del estudiante: estudiante: el éxito de programas de retención universitaria.* Universidad de la Sabana.

PNDU. (2020). *COVID-19: la pandemia | El PNUD en Ecuador.* PNUD. <https://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/coronavirus.html>

RD Station. (2017). *Qué son las Redes Sociales y cuáles son las más importantes.* Esto Es

- Marketing Digital. <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>
- Scolari, C. (2018). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. In *Matrizes* (Vol. 12, Issues 3 SE-Entrevista).
<https://digital.fundacionceibal.edu.uy/jspui/handle/123456789/247>
- Torre, L., & Vaillard, L. (2012). *¿Cómo usan las redes sociales los jóvenes de Latinoamérica?* 5. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/6651>
- Velandia, L. N. M. (2018). Las TIC en la educación. In *El papel de las tic en la transformación de la sociedad* (pp. 11–32). <https://doi.org/10.2307/j.ctv11wjdp.4>
- Vives, J. (2020). Las consecuencias del coronavirus en la educación. *Junior Report*, 1–3.
<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200521/481301440952/consecuencias-educacion-coronavirus.html>

ANEXOS

APÉNDICE A

CANTIDAD DE MATRICULADOS POR CARRERA Y PERIODO

Tabla 7 Matriculados en el periodo 55

| PERIODO 55 | |
|--|----------|
| CARRERA | CANTIDAD |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS | 159 |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS | 713 |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS [UNIFICADA] | 804 |
| BIOTECNOLOGÍA | 92 |
| COMPUTACIÓN | 56 |
| COMPUTACIÓN | 411 |
| COMUNICACIÓN | 34 |
| COMUNICACIÓN | 219 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL [UNIFICADA] | 194 |
| CONTABILIDAD Y AUDITORÍA | 92 |
| CONTABILIDAD Y AUDITORÍA | 536 |
| CONTABILIDAD Y AUDITORÍA [UNIFICADA] | 553 |
| EDUCACIÓN INICIAL | 25 |
| ELECTRICIDAD | 49 |
| ELECTRICIDAD | 296 |
| ELECTRÓNICA Y AUTOMATIZACIÓN | 34 |
| ELECTRÓNICA Y AUTOMATIZACIÓN | 201 |
| INGENIERÍA AMBIENTAL | 57 |
| INGENIERÍA AUTOMOTRIZ | 101 |
| INGENIERÍA AUTOMOTRIZ | 292 |
| INGENIERÍA CIVIL | 60 |
| INGENIERÍA DE SISTEMAS [UNIFICADA] | 399 |
| INGENIERÍA ELÉCTRICA [UNIFICADA] | 312 |
| INGENIERÍA ELECTRÓNICA [UNIFICADA] | 409 |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL | 110 |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL | 603 |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL [UNIFICADA] | 465 |
| MECATRÓNICA | 65 |
| MECATRÓNICA | 423 |
| PSICOLOGÍA | 112 |
| PSICOLOGÍA | 435 |
| TELECOMUNICACIONES | 34 |
| TELECOMUNICACIONES | 184 |

Tabla 8 Matriculados en el periodo 56

| PERIODO 56 | |
|--|-----------------|
| CARRERA | CANTIDAD |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS | 206 |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS | 513 |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS [UNIFICADA] | 573 |
| BIOMEDICINA | 44 |
| BIOTECNOLOGÍA | 128 |
| COMPUTACIÓN | 97 |
| COMPUTACIÓN | 323 |
| COMUNICACIÓN | 54 |
| COMUNICACIÓN | 156 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL [UNIFICADA] | 127 |
| CONTABILIDAD Y AUDITORÍA | 122 |
| CONTABILIDAD Y AUDITORÍA | 397 |
| CONTABILIDAD Y AUDITORÍA [UNIFICADA] | 391 |
| ECONOMÍA | 16 |
| EDUCACIÓN BÁSICA | 18 |
| EDUCACIÓN INICIAL | 20 |
| ELECTRICIDAD | 97 |
| ELECTRICIDAD | 248 |
| ELECTRÓNICA Y AUTOMATIZACIÓN | 74 |
| ELECTRÓNICA Y AUTOMATIZACIÓN | 140 |
| INGENIERÍA AMBIENTAL | 78 |
| INGENIERÍA AUTOMOTRIZ | 130 |
| INGENIERÍA AUTOMOTRIZ | 233 |
| INGENIERÍA CIVIL | 97 |
| INGENIERÍA DE SISTEMAS [UNIFICADA] | 296 |
| INGENIERÍA ELÉCTRICA [UNIFICADA] | 240 |
| INGENIERÍA ELECTRÓNICA [UNIFICADA] | 340 |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL | 160 |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL | 444 |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL [UNIFICADA] | 363 |
| MECATRÓNICA | 114 |
| MECATRÓNICA | 333 |
| PSICOLOGÍA | 185 |
| PSICOLOGÍA | 348 |
| TELECOMUNICACIONES | 53 |
| TELECOMUNICACIONES | 124 |

Tabla 9 Matriculados en el periodo 57

| PERIODO 57 | |
|--|-----------------|
| CARRERA | CANTIDAD |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS | 241 |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS | 574 |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS [UNIFICADA] | 486 |
| BIOMEDICINA | 63 |
| BIOTECNOLOGÍA | 163 |
| COMPUTACIÓN | 139 |
| COMPUTACIÓN | 337 |
| COMUNICACIÓN | 65 |
| COMUNICACIÓN | 168 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL [UNIFICADA] | 84 |
| CONTABILIDAD Y AUDITORÍA | 157 |
| CONTABILIDAD Y AUDITORÍA | 424 |
| CONTABILIDAD Y AUDITORÍA [UNIFICADA] | 252 |
| ECONOMÍA | 36 |
| EDUCACIÓN BÁSICA | 46 |
| EDUCACIÓN INICIAL | 31 |
| ELECTRICIDAD | 128 |
| ELECTRICIDAD | 250 |
| ELECTRÓNICA Y AUTOMATIZACIÓN | 104 |
| ELECTRÓNICA Y AUTOMATIZACIÓN | 167 |
| INGENIERÍA AMBIENTAL | 87 |
| INGENIERÍA AUTOMOTRIZ | 175 |
| INGENIERÍA AUTOMOTRIZ | 228 |
| INGENIERÍA CIVIL | 137 |
| INGENIERÍA DE SISTEMAS [UNIFICADA] | 239 |
| INGENIERÍA ELÉCTRICA [UNIFICADA] | 168 |
| INGENIERÍA ELECTRÓNICA [UNIFICADA] | 273 |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL | 229 |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL | 473 |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL [UNIFICADA] | 298 |
| MECATRÓNICA | 153 |
| MECATRÓNICA | 358 |
| PSICOLOGÍA | 266 |
| PSICOLOGÍA | 354 |
| TELECOMUNICACIONES | 70 |
| TELECOMUNICACIONES | 137 |

APÉNDICE B

CALENDARIO RRSS- PLAN DE ACCIÓN

Tabla 10 Calendario RRSS Semana 1

SEMANA 1

| | | | | | | | FB | IG | TIKT |
|---------|-----------|-------|------------------------|------------|---|---|----|----|------|
| VIERNES | 5/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN TAMBIÉN REALIZA PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | CREATIVIDAD | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIA SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS PANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| SABADO | 6/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN TAMBIÉN REALIZA PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | CREATIVIDAD | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIA SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 15h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19H00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS PANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| DOMINGO | 7/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN TAMBIÉN REALIZA PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | CREATIVIDAD | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIA SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19H00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS PANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |

Tabla 11 Calendario RRSS Semana 2

| SEMANA 2 | | | | | | | FB | IG | TIKT |
|-----------|------------|-------|------------------------|------------|---------------------------------------|---|----|----|------|
| LUNES | 11/8/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | x |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE ENARRELA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| MARTES | 11/9/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | x |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE ENARRELA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| MIÉRCOLES | 10/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | x |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE ENARRELA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| JUEVES | 11/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | x |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE ENARRELA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| VIERNES | 12/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | x |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE ENARRELA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| SÁBADO | 13/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | x |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 15h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE ENARRELA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| DOMINGO | 14/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | x |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE ENARRELA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | XX | | |

Tabla 12 Calendario RRSS Semana 3

| SEMANA 3 | | | | | | | FB | IG | TIKT |
|-----------|------------|-------|------------------------|------------|--|---|----|----|------|
| LUNES | 11/15/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTABIÉN REALIZACION DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X | |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS ALUMNOS DETIENE VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | | |
| MARTES | 16/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTABIÉN REALIZACION DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X | |
| | | 16h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | | | | |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS ALUMNOS DETIENE VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | | |
| MIÉRCOLES | 17/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTABIÉN REALIZACION DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X | |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS ALUMNOS DETIENE VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | | |
| JUEVES | 18/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTABIÉN REALIZACION DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X | |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS ALUMNOS DETIENE VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | | |
| VIERNES | 19/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTABIÉN REALIZACION DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X | |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS ALUMNOS DETIENE VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | | |
| SABADO | 20/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTABIÉN REALIZACION DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X | |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS ALUMNOS DETIENE VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | | |
| DOMINGO | 21/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTABIÉN REALIZACION DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X | |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NUESTROS ALUMNOS DETIENE VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | | |

Tabla 13 Calendario RRSS Semana 4

| SEMANA 4 | | | | | | | FB | IG | TIKT |
|-----------|------------|-------|------------------------|------------|---|---|----|----|------|
| LUNES | 11/22/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA PSNI LAPANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA PS. | X | X | |
| MARTES | 23/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA PSNI LAPANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA PS. | X | X | |
| MIÉRCOLES | 24/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIÓGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES EN LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA PSNI LAPANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA PS. | X | X | |
| JUEVES | 25/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIÓGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES EN LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA PSNI LAPANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA PS. | X | X | |
| VIERNES | 26/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIÓGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES EN LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA PSNI LAPANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA PS. | X | X | |
| SÁBADO | 27/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 15h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIÓGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES EN LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA PSNI LAPANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA PS. | X | X | |
| DOMINGO | 28/11/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN REALIZANDO PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DEL APLICATIVO EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA PSNI LAPANDEMIANOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVA LA EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA PS. | X | X | |

Tabla 14 Calendario RRSS Semana 5

| SEMANA 5 | | | | | | | FB | IG | TIKT |
|-----------|------------|-------|------------------------|------------|---------------------------------------|---|----|----|------|
| LUNES | 29,11,2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIEN SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| MARTES | 30,11,2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 16h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIEN SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIEN SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| MIÉRCOLES | 01,12,2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIEN SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| JUEVES | 02,12,2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIEN SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| VIERNES | 03,12,2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIEN SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| SÁBADO | 04,12,2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIEN SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |
| DOMINGO | 05,12,2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ TAMBIÉN CREATIVIDAD | REALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON ESTUDIANTES QUE HABLEN DE LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIEN SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |

Tabla 15 Calendario RRSS Semana 6

| SEMANA 6 | | | | | | | FB | IG | TIKT |
|----------|-----------|-------|------------------------|------------|--|---|----|----|------|
| LUNES | 12/6/2021 | 10h00 | INFORMATIVO | REEL | LA EDUCACIÓN ESTÁ BIÉN REALIZADA LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | LA EDUCACIÓN ESTÁ BIÉN REALIZADA LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 | X | X | X |
| | | 13h00 | INFORMATIVO | AFICHE/GIF | JUNTOS POR LA EDUCACIÓN | AFICHE/ GIFS QUE CONCIENCIE SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE VRINDA ESTUDIAREN LA SALESIANA | X | X | |
| | | 18h00 | INFORMATIVO | PODCAST | RESILIENCIA Y OPTIMISMO AL CAMBIO | AUDIOGRAMA QUE NARRA LA RESILIENCIA Y EXPERENCIAS DE NUESTROS ESTUDIANTES ANTE LA MODALIDAD VIRTUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. | X | X | |
| | | 19h00 | NOSTALGICO/INFORMATIVO | VIDEO | EN LA UPS NI LA PANDEMIA NOS DETIENE | VIDEO QUE PROMUEVE LA EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA UPS. | X | X | |