



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social

**Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser ejecutado por
estudiantes de la ECS-UCV mediante un convenio
entre ambas instituciones**

Trabajo Especial de Grado para optar al título de
Licenciada en Comunicación Social

Autor: Vielma C. Roysbel A.

C.I. V-17.895.263

Tutor: Profa. Erika Osteriz

Caracas, junio de 2015

AUTORIZACIÓN DEL TUTOR PARA PRESENTACIÓN DE TRABAJO DE GRADO Y SOLICITUD DE JURADO ANTE EL CONSEJO DE ESCUELA

Quien suscribe, profesor: Erika Ostériz de la Universidad Central de Venezuela, adscrito a la Escuela de: Comunicación Social de la Facultad de: Humanidades y Educación manifiesto que he revisado en su totalidad el Trabajo de Grado, el cual satisfizo todos los requisitos, titulado Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser ejecutado por estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones, producto de la investigación realizada por la bachiller: Vielma C. Roysbel A. de quien soy tutora, según resolución del Consejo de Escuela de Comunicación Social, en sesión de fecha 14/01/2015.

Asimismo, conjuntamente con: la bachiller mencionada, solicito ante el Consejo de Escuela la designación del jurado que habrá de conocer y evaluar el Trabajo de Grado que se presente.

En la Ciudad Universitaria de Caracas, a los 8 días del mes de junio de 2015.

Firma

Erika Osteriz

C.I. V- 13.843.465



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social

**Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser ejecutado por
estudiantes de la ECS-UCV mediante un convenio
entre ambas instituciones**

Por: Br. Vielma C. Roysbel A.
C.I. V- 17.895.263

Trabajo de grado para optar al título de Licenciada en Comunicación Social,
aprobado en nombre de la Universidad Central de Venezuela, por el siguiente
jurado, en la ciudad de Caracas a los _____ () días del mes
de _____ de 2015.

Profesor: _____

C.I. _____

Firma: _____

Profesor: _____

C.I. _____

Firma: _____

AGRADECIMIENTOS

La culminación exitosa de este Trabajo de Grado fue posible gracias al aporte de personas e instituciones que contribuyeron significativamente en su elaboración.

A la Profa. Erika Osteriz, por aceptar ser mi tutora, por su dedicación, revisiones y consejos. Por recibirme en su casa, en su trabajo, y hasta en una feria de comida de Centro Comercial para coordinar el trabajo. Por tomarse el tiempo de leer detenidamente cada avance que le envíe y responder mensajes incluso de noche y fines de semana. Porque mientras atendía mi Tesis, crecía en su vientre un regalo especial del cielo, su bebé que ya está por nacer. Sé que no fue sencillo, pero también sé que hizo su mejor esfuerzo. Pido para ella, bendiciones, salud y felicidad. Su hijo es muy afortunado de tenerla como mamá. ¡Gracias de corazón!

A todos los profesores que me orientaron y aconsejaron en la elaboración de la investigación. A los profesores: Rubén Peña, Daniel Viso y José Larez. Sus observaciones metodológicas fueron un aporte sustancial para guiar esta investigación. Por su tiempo y atención: ¡Muchas gracias!

A la Universidad Central de Venezuela, en todas las instancias que facilitaron la realización de esta investigación, como la consulta en sus bibliotecas. Gracias a la Facultad de Humanidades y Educación en los departamentos que hicieron posible el procesamiento y solicitud de recaudos necesarios para la consignación final de este Trabajo de Grado.

A la Escuela de Comunicación Social por ser el ámbito de acción académica de este proyecto. Especialmente a la Coordinación de Servicio Comunitario y a la Coordinación de Pasantías, instancias de las cuales se deriva y desarrolla en gran manera la investigación. Especialmente al Prof. Juan Carlos Rosillo, encargado de ambos departamentos, por recibirme, atenderme, aceptar la propuesta y favorecer la ejecución de la investigación. Gracias además por su compromiso y dedicación en la labor que ejecuta para organizar y renovar. ¡Gracias!

A la Coordinación Académica, a la Coordinación Administrativa y a la Secretaría del Consejo de Escuela por atender mis requerimientos de información y procesamiento de solicitudes necesarias para cumplir los procesos formales del Trabajo de Grado. Gracias a los estudiantes que respondieron la encuesta, su participación ayudó en gran manera a determinar la factibilidad del proyecto. ¡Gracias!

A Aproa, por ser la institución que motivó la escogencia del tema y abordaje de la investigación. Gracias por la hermosa labor que realizan, comprometida y desinteresadamente por los animales. Pasar por sus instalaciones cambio mi forma de concebir a los animales, siempre pensé que me agradaban, pero gracias a ustedes tengo un amor más genuino hacia ellos. Gracias, especialmente a la Lic. Cristina Camilloni por su disposición a atenderme y por su apertura a la propuesta. ¡Gracias!

Gracias a los expertos en Social Media que facilitaron sus ideas, opiniones y experiencia en la consulta que amplió el diagnóstico y facilitó aportes teóricos al diseño de la propuesta. A la Lic. Katuska Rojas y la Lic. Sonia Zamora, por responder oportunamente. ¡Gracias! Especialmente a la Profa. Rosa Fagúndez por su especial dedicación en la consulta y por ser, sin duda alguna, un referente en mi formación académica. Admiro y respeto su trabajo y le agradezco con mucho cariño todo lo que me enseñó. ¡Muchas gracias!

Gracias a Rosmery Vielma, Raymar Rojas y Luijo Marcano por ayudarme a leer, revisar, organizar y estructurar la entrega final de mi tesis. Hicieron tanto, más de lo que debían y tal vez podían por eso les agradezco muchísimo.

DEDICATORIA

De niña imaginaba demasiado, me gustaba soñar. Siempre tuve muchos sueños. De adolescente quería estudiar Comunicación Social, entre tantas cosas que ambicionaba. La mujer que hoy soy, sabe que los sueños se conquistan y se luchan. Se cristalizan de muchas maneras posibles. Llegan a una en personas, animales, logros, objetos, y en muchas otras mágicas formas. Hoy veo arribar un sueño a mis manos, hecho realidad en papel. Encuadrado en un trabajo que cumple con pautas académicas y obedece a procesos metodológicos. Como les dije, los sueños tienen múltiples formas de aparecer. Concretarlo fue una labor ardua y tenaz. Sin embargo, con empeño y dedicación lo logré. Por eso la mujer que soy y la niña que fui, que no se termina de ir, se rehúsan a dejar de soñar y a guerrear para verlos hacerse realidad.

Dedicado eternamente a Dios por ser mi hacedor y mi sustento. Porque derramó en mí su gracia y bendición. Porque jamás suelta mi mano. Siempre me deja volver a sus brazos de amor. Y sé que quiere amarme mucho más de lo que puedo imaginar y comprender ahora mismo. Por darme la fortaleza, la inteligencia y la capacidad de lograr lo que me propongo, con la convicción de que bajo su abrigo todo es posible y me dice a diario: ¡No temas! ¡Gracias mi Señor!

Mi papá y mi mamá se merecen una dedicatoria infinita, porque gracias a su amor, enseñanza y apoyo he logrado esto y mil cosas más en la vida. Carlos Vielma y América de Vielma son mi referente de vida, amor, constancia, lucha y entrega. Esta Tesis y cada uno de mis logros, tienen su firma indeleble. ¡Gracias por tanto! Los amo con todo mi corazón.

Rosmery Vielma, te dedico este logro con todo el amor que una hermana mayor puede darle a su pequeña princesa. Tu apoyo en este trabajo fue perfecto. Profesionalmente me asesoraste. Amorosamente me alentaste. Y sin tu ayuda técnica, no habría sido lo mismo. A veces eres más grande que yo y eso me pone feliz. ¡Gracias! Te amo con el alma.

Raymar Rojas, gracias por estar, siempre. En las buenas, en las malas, en las mejores, en las necesarias. Por ser la primera que llega y la última que se va. Por leerme los capítulos, por trasnocharte conmigo y por tu apoyo incondicional. Eres esa hermana que siempre agradeceré que la vida me haya regalado. Te amo ¡Gracias!

A mi familia, mis amadas abuelas, mis queridos tíos, tías, primos y primas, por ser especiales, por amarme y creer en mí. Por seguir siendo familia a pesar de las adversidades. Porque son únicos y maravillosos- ¡Gracias! Los amo y bendigo.

Orestes, mi gato se merece una dedicatoria especial, todas las madrugadas que me alcanzaron trabajando en la Tesis, merodeaba por la casa como cuidándome y hubo tantas veces que se echaba a mis pies, como diciendo: ¡Aquí estoy! Es increíble pero yo lo entiendo y el a mí. Así que mi muñeco no podía dejar de estar aquí.

Dedico este trabajo a la Universidad Central de Venezuela, por ser un recinto que alberga saberes, diversidad, conocimiento, pluralidad y democracia. Por recibirme en sus aulas, dejarme consultar en sus bibliotecas, disfrutar de sus jardines, andar por sus caminerías, recrearme con sus obras y formar parte de la grandiosa UUUCV.

Lo dedico especialmente a la Escuela de Comunicación Social de la UCV, por ser mi segunda casa estos años. Por abrirme sus puertas, por haberme dado tanto, de aprendizaje de la carrera que siempre soñé. Pero más agradezco cuanto crecí, conocí, quise, reí, lloré, trabajé y viví dentro de ella. Siempre querré volver a ti amada ECS. ¡Gracias infinitas!

Como no dedicárselo con gran alegría, emoción y mucho amor a todas las amigas que me regaló la ECS. Shandra Delgado, Ángela Lusinche, Jessica Magdaleno, María Fernanda Cárdenas, Ingrid González y Estefanía Prato. Todas hermosas y especiales, cada una a su manera marcó mi vida y por eso siempre tendrán un pedacito de mi corazón. Aunque terminamos una etapa de este largo camino, espero que la vida nos sonría encontrándonos mil veces más.

Lo dedico también con respeto y admiración a profesores dedicados y excelentes de quienes aprendí muchísimo, porque además son personas grandiosas y queridas. Profa. Adriana Gregson, Profa. Rosa Fagúndez, Profa. Rafela Cusati y Prof. Daniel Viso. Agradezco haberme cruzado con cada uno de ustedes en mi formación profesional y sonrío porque sé que siempre que los encuentre en la vida tendré una mano amiga que estrechar.



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social



Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser ejecutado por estudiantes de la ECS-UCV mediante un convenio entre ambas instituciones

RESUMEN

Las redes sociales constituyen un canal estratégico para transmitir información, proyectar valores y vincularse con el público. Disponer de un Plan Social Media es clave para el manejo eficaz de las comunicaciones digitales de organización. Aproa es una reconocida institución venezolana que trabaja por la protección animal. Actualmente requiere implementar una estrategia comunicacional planificada y pertinente, mas no dispone de recursos para costear la gestión profesional de sus redes y Web. La Escuela de Comunicación Social de la UCV, se perfila promisoriamente en la inclusión del Social Media como área novedosa de la Comunicación Social en actividades académicas, como Servicio Comunitario y Pasantías. La propuesta de investigación radica en el diseño de un Plan Social Media para Aproa, ejecutado por estudiantes, mediante un acuerdo que genera un espacio práctico para el cumplimiento de estos procedimientos educativos y permite atender el requerimiento de Aproa. La investigación es un proyecto factible, que determinó las necesidades comunicacionales de Aproa, identificó los procesos normativos de Pasantías y Servicio Comunitario de la ECS-UCV y evaluó la posibilidad de implementación. Mediante la integración y adaptación de estos elementos se elaboró la propuesta; empleando metodológicamente la observación, la entrevista y la encuesta se recabó la información correspondiente para obtener un diseño consecuente con los requerimientos académicos y ajustado a las necesidades de Aproa. La propuesta resultó factible al ser admitida por ambas instituciones, pues la acción social de Aproa, concordó oportunamente con el propósito de la ECS-UCV de aportar a las comunidades mediante la consolidación de proyectos académicos actualizados. En la comunidad educativa halló receptividad, los estudiantes manifestaron una importante intención de participación demostrando interés por el Social Media y la protección animal.

Palabras Claves: Redes Sociales, Plan Social Media, Community Manager, Aproa, Pro-Defensa Animales, Servicio Comunitario, Pasantías, Comunicación Social-UCV.



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social



**Design of a Social Media Plan for Aproa to be executed by students of the
ECS-UCV through an agreement between the two institutions**

ABSTRACT

Social networking constitute a strategic channel for information transmit, projecting values and linked with the public. Have a Social Media Plan is key to the effective management of digital communications the organization. Aproa is a renowned Venezuelan institution working for animal protection. Currently required implement a planned and pertinent communication strategy, but no resources to pay for the professional management of their networks and Web. The School of Communication at the UCV, looms promisingly in the inclusion of Social Media as a novel area of Social Communication in academic activities such as Service Community and Internships. The research proposal lies in the design of a Social Media Plan to Aproa, executed by students, through an agreement that creates a convenient place to carry out these educational procedures and allow attend to the requirement of Aproa. Research is a feasible project, which determined the communication needs of Aproa, identified regulatory processes of Internships and Service Community ECS-UCV and assessed the possibility of implementation. By integrating and adapting these elements the proposal was elaborate; using methodologically observation, interview and survey it was obtained he relevant information for a consistent design with the academic requirements and adjusted to the needs of Aproa was collected. The proposal was feasible to be supported by both institutions, the Aproa social action, agreed timely with the purpose of the ECS-UCV to contribute to communities by consolidating current academic projects. In the educational community found receptivity, students expressed an important intention of showing interest in participation Social Media and animal protection.

Keywords: Social Media Plan, Community Manager, Aproa, Animal Rights, Service Community, Internships, Social Communication-UCV.

ÍNDICE GENERAL

	pp.
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL JURADO.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
LISTA DE CUADROS.....	xvi
LISTA DE GRÁFICOS.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1
I. CAPÍTULO I EL PROBLEMA.....	5
1. Planteamiento del Problema.....	5
2. Objetivos de la Investigación.....	11
2.1 Objetivo General.....	11
2.2 Objetivos Específicos.....	11
3. Justificación de la Investigación.....	12
4. Alcances de la Investigación	14
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	15
1. Antecedentes de la Investigación.....	15
2. Bases Teóricas.....	19
2.1 Social Media.....	20
2.1.1 Definición de Social Media.....	20
2.1.2 Características del Social Media.....	21
2.1.3 Importancia del Social Media.....	22
2.1.4 Estadísticas de Social Media en Venezuela.....	23
2.2 Plan Social Media.....	24

2.2.1	Concepto de Plan Social Media.....	24
2.2.2	Estructura y Etapas del Plan Social Media.....	24
2.2.2.1	Análisis.....	24
2.2.2.2	Definir Objetivos.....	26
2.2.2.3	Propuestas.....	26
2.3	Community Manager.....	27
2.3.1.	Concepto de Community Manager.....	27
2.3.2.	Características del Community Manager.....	28
2.3.3.	Funciones del Community Manager.....	28
2.4	Escuela de Comunicación Social UCV.....	29
2.4.1.	Breve Reseña de la ECS-UCV.....	29
2.4.2	Coordinación de Pasantías en la ECS-UCV.....	30
2.4.2.1	Conceptualización de Pasantías.....	31
2.4.2.2	Objetivos de las Pasantías.....	31
2.4.2.3	Régimen de las Pasantías.....	31
2.4.3	Coordinación de Servicio Comunitario ECS-UCV.....	33
2.4.3.1	Conceptualización del Servicio Comunitario.....	33
2.4.3.2.	Objetivos del Servicio Comunitario.....	33
2.4.3.3	Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior.....	34
2.5	Aproa.....	35
2.5.1.	Breve Reseña Institucional de Aproa.....	35
2.5.2.	Misión y Visión de Aproa.....	35
2.5.3.	Propósitos y Actividades de Aproa.....	36
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO.....		37
1. Consideraciones Generales.....		37
2 Tipo de Investigación.....		37
3. Nivel de la Investigación.....		37
3.1	Estructura Organizacional de la Investigación.....	40
4. El Diseño de la Investigación.....		41
5. Población de Estudio.....		41

6. La Muestra.....	43
7. Los Instrumentos de Recolección de la Información.....	43
7.1 Operacionalización de las Variables presente en los Instrumentos de Recolección de la Información.....	45
7.2 Formulación de los Instrumentos de Recolección de Datos de la Investigación.....	55
7.2.1 Entrevista a Coordinación de Pasantías y Servicio Comunitario...57	
7.2.2 Entrevista a Coordinación Comunicacional de APROA.....58	
7.2.3 Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV.....59	
7.3 Validación de los Instrumentos de Recolección de Datos.....61	
7.3.1 Validación de los Instrumentos de Recolección de Datos.....63	
7.4 Resultados de la Validación de los Instrumentos de Recolección de la Información.....65	
7.4.1 Resultados de la Validación de entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV.....65	
7.4.2 Resultados de la Validación de Entrevista a Directora de Aproa.....69	
7.4.3 Resultados de la Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV.....73	
7.5 Formulación de Instrumentos de Recolección de Datos para el Plan Social Media.....77	
7.5.1 Guía de Observación y Registro para Diagnóstico Comunicacional de Aproa.....78	
7.5.2 Consulta a Expertos en Social Media como Soporte Profesional al Diseño del Plan Social Media.....81	
8. Consideraciones Finales.....	84
CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	87
1. Análisis de Resultados de Entrevistas.....	87
1.1 Resultados de Entrevista realizada a Coordinación de Pasantías y a la Coordinación de Servicio Comunitario de la ECS.....	87

1.2 Análisis de Resultados de la Entrevista aplicada a la Dirección de Aproa.....	95
2. Análisis de Resultados de la Encuesta aplicada a Estudiantes de Comunicación Social de la UCV.....	101
CAPÍTULO V DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	111
1. Consideraciones Generales.....	111
2. Reseña Institucional.....	111
3. Análisis del Sitio Web.....	113
3.1 Auditoría SEO.....	113
3.2 Auditoría de Contenido del Sitio Web.....	116
4. Análisis General del Manejo Social Media de Aproa.....	120
4.1 Resultados de la Guía de Observación y Registro del manejo Social Media de Aproa en Fase Diagnóstica.....	121
4.2 Resultados de la Consulta a Expertos en Social Media en Fase Diagnóstica.....	125
5. Revisión General de Redes Sociales.....	127
5.1 Red Social: Facebook.....	127
5.2 Red Social: Twitter.....	129
6. Análisis DAFO.....	133
7. Análisis del mercado y la Competencia.....	136
8. Justificación del Plan Social Media.....	136
9. Objetivos del Plan Social Media.....	137
9.1 Objetivo General.....	137
9.2 Objetivos Específicos.....	137
10. Asesoría de Expertos en Social Media en Fase de Diseño del Plan Social Media.....	138
11. Contenidos a Destacar en el Plan Social Media.....	139
12. Contenidos de Valor estructurados para el Plan Social Media.....	141
13. Diseño de la Estrategia: Plan Social Media.....	146
13.1 Optimizar Tráfico Web y Comunidades Online.....	147
Objetivo 1 del Plan Social Media.....	148

Objetivo 2 del Plan Social Media.....	151
13.2 Potenciar y Fortalecer Participación en RRSS.....	153
13.2.1 Potenciar y Fortalecer Participación en Facebook.....	153
Objetivo 3 del Plan Social Media.....	153
Objetivo 4 del Plan Social Media.....	155
13.2.2 Potenciar y Fortalecer Participación en Twitter.....	157
Objetivo 5 del Plan Social Media.....	157
Objetivo 6 del Plan Social Media.....	159
13.2.3 Potenciar y Fortalecer Participación en LinkedIn.....	160
Objetivo 7 del Plan Social Media.....	161
14. Políticas de Implementación de la Propuesta de Plan Social Media.....	162
15. Enlaces de Interés para la aplicación del Plan Social Media.....	164
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	166
1. Conclusiones	166
2. Recomendaciones	170
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	174
ANEXOS.....	178
ANEXO A.....	179
ANEXO B.....	181
ANEXO C.....	189
ANEXO D.....	197
ANEXO E.....	204
ANEXO F.....	212
ANEXO G.....	218

LISTA DE CUADROS

CUADRO	pp.
1. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 1.....	46
2. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 1.....	47
3. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 1.....	48
4. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 1.....	49
5. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 2.....	50
6. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 3.....	51
7. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 4.....	53
8. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 4.....	54
9. Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV Pregunta 1.....	66
10. Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV Pregunta 2.....	67
11. Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV Pregunta 3.....	68
12. Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV Pregunta 4.....	68
13. Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV Pregunta 5.....	69
14. Validación de Entrevista a Directora de Aproa Pregunta 1.....	70
15. Validación de Entrevista a Directora de Aproa Pregunta 2.....	71
16. Validación de Entrevista a Directora de Aproa Pregunta 3.....	72
17. Validación de Entrevista a Directora de Aproa Pregunta 4.....	72
18. Validación de Entrevista a Directora de Aproa Pregunta 5.....	73
19. Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 1.....	74
20. Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 2.....	75
21. Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 3.....	76
22. Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 4.....	76
23. Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 5.....	77
24. Resultados de Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 1.....	100

25.	Resultados de Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 2.....	101
26.	Resultados de Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 3.....	102
27.	Resultados de Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 4.....	103
28.	Resultados de Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 5.....	104
29.	Resultados de Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 6.....	105
30.	Resultados de Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 7.....	106
31.	Resultados de Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV Pregunta 8.....	107
32.	Guía de Observación. Sección I. Publicación de Contenidos.....	120
33.	Guía de Observación. Sección II. Frecuencia de Publicación.....	121
34.	Guía de Observación. Sección III. Interacción con los seguidores.....	121
35.	Resultados de la Consulta a Expertos en Social Media en Fase Diagnóstica.....	124
36.	Número de Seguidores en Facebook por Mes.....	128
37.	Número de Seguidores en Twitter por Mes.....	130
38.	Análisis DAFO.....	132
39.	Asesoría de Expertos en Social Media en Fase de Diseño del Plan Social Media.....	137
40.	Información General Aproa.....	140
41.	Costos de Servicios Aproa.....	141
42.	Información para Adopción de Mascotas.....	141
43.	Plantilla de Contenidos a Publicar.....	142
44.	Contenido de Valor en Imágenes.....	143
45.	Formato de Promoción de Adopción de Mascotas.....	144
46.	Objetivo 1: Alcanzar 500 entradas a la Web en los próximos tres meses.....	146
47.	Objetivo 2: Gestionar y fortalecer comunidades online.....	149
48.	Objetivo 3: Lograr un mínimo de 1000 “Me gusta” adicionales en 3 meses.....	151
49.	Objetivo 4: Motivar a los fans para incrementar al menos en un 50% su participación e interacción a través del fanpage.....	153
50.	Objetivo 5: En tres meses acrecentar la comunidad de seguidores en un 20%.....	155

51.	Objetivo 6: Generar al menos un 40% de participación de los seguidores presentes en Twitter.....	157
52	Objetivo 7: Crear una comunidad de contactos activos que conecten y validen profesionalmente la gestión de Aproa.....	159

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICOS

pp.

1.	Ítem 1. Semestre que cursa.....	100
2.	Ítem 2. ¿Tienes pensado realizar pasantías como parte de tu formación académica?.....	101
3.	Ítem 3. ¿En cuál área de la Comunicación Social te gustaría realizar tus pasantías?.....	102
4.	Ítem 4. ¿Conoces los Proyectos de Servicio Comunitario que actualmente ofrece la ECS?.....	103
5.	Ítem 5. ¿En cuál área de la Comunicación Social preferirías cumplir el Servicio Comunitario?.....	104
6.	Ítem 6. Si la ECS ofrece un Proyecto de Servicio Comunitario y Pasantías con una Asociación Protectora de Animales. ¿Participarías?.....	105
7.	Ítem 7. ¿Conoces a la Asociación Pro-Defensa de los Animales (Aproa)?.....	106
8.	Ítem 8. Si la ECS-UCV apertura un convenio para cumplir Pasantías y Servicio Comunitario en Social Media con Aproa ¿Participarías?.....	107
9.	Seguidores en Facebook por mes.....	128
10.	Seguidores en Twitter por mes.....	13

INTRODUCCIÓN

El Social Media es un fenómeno global que surgió a partir del auge de las redes sociales (RRSS), como el conjunto de plataformas digitales disponibles en Internet que propician el flujo de datos informativos, mediante el enlace individuos y organizaciones, que conforman comunidades virtuales agrupadas de acuerdo a sus intereses. Estos medios redimensionaron radicalmente las formas de producción y manejo de la información. Cada usuario con acceso a la red ya no es un mero consumidor pasivo, sino que es un ente activo en la generación de contenidos.

El Social Media ha engendrado una dinámica comunicacional arrolladora en una sociedad interconectada que, cada vez más ávida de información actualizada y específica, se motiva a producirla, verificarla y refutarla pues dispone de las herramientas en la Web para hacerlo.

En el caso de las organizaciones, el Social Media brinda una gama de ventajas como economía, inmediatez y practicidad en la gestión comunicacional de sus valores y labor. Las RRSS suponen un salto gigantesco entre los engorrosos y demorados procesos que tendría que salvar un ciudadano común, para comunicarse con la institución a través de los medios de comunicación tradicionales. No obstante, manejarse asertivamente en las RRSS no es tarea fácil, requiere experticia y planificación en el área. Una organización que apunte al éxito en su promoción en los medios digitales, necesita diseñar una estrategia comunicacional propicia y clara para lograr identidad, reconocimiento e interacción con su público objetivo en la Web.

Esta investigación, se propone como objetivo primordial la elaboración de una estrategia comunicacional que incorpora elementos de carácter académico. Se trata de un Plan Social Media para la Asociación Pro-Defensa de los Animales (Aproa) a ser ejecutado por estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de

la Universidad Central de Venezuela (ECS-UCV), mediante un acuerdo entre ambas instituciones, en el cumplimiento de Servicio Comunitario y Pasantías.

Su diseño demanda un trabajo minucioso para el logro de un producto profesional de excelencia, ajustado al proceso metodológico propio de una investigación académica y en función de los aspectos que la integran. Primero, acogiendo la esencia educativa del Servicio Comunitario y las Pasantías así como las disposiciones previstas por la ECS-UCV para su ejecución. Segundo, atendiendo el requerimiento comunicacional de Aproa en gestión de Social Media.

La naturaleza y valores de las instituciones que participan en la propuesta, admiten la fusión y adaptación de elementos pedagógicos y comunicacionales en la formulación del proyecto. De esta manera, se consolida el diseño un plan dotado de acciones, recursos y actividades enfocados al logro de los objetivos previstos. Promover una imagen positiva de Aproa mediante un Plan Social Media que optimice su manejo comunicacional en Social Media y se ajuste a los requerimientos académicos para que sea ejecutado por estudiantes de la ECS-UCV que cumplan Pasantías y/o Servicio Comunitario.

En el presente Trabajo de Grado, se expone la convergencia de todos los aspectos, contenidos, pautas y actividades que conforman el plan, reseñando los procedimientos metódicos que tuvieron lugar en forma sucesiva para su esquematización.

En el primer capítulo, se presenta la formulación del problema que atañe a la investigación; delimitando la problemática detectada mediante el trazado del objetivo general, abordado a través de los objetivos específicos. Contiene la justificación que argumenta el proyecto y exhibe los alcances previsto mediante su aplicación.

El segundo capítulo articula el marco teórico de la investigación. Está conformado por los antecedentes, representados en trabajos académicos previos

que constituyen un referente por su naturaleza y metodología. Asimismo se plantean las bases teóricas que definen y aclaran los conceptos relacionados con el desarrollo de la investigación.

Primero el Social Media con su respectiva definición, características, importancia y estadísticas en Venezuela. Segundo, se presenta el concepto de Plan Social Media explicando su estructura y etapas, desde la fase diagnóstica con la evaluación de elementos de interés que aporten información, hasta la definición de objetivos con acciones e indicadores para evaluarlo. Tercero, se define y caracteriza al Community Manager estableciendo sus funciones y competencias.

Se incorpora información relevante de la ECS-UCV mediante una breve reseña y el abordaje del funcionamiento de las Coordinaciones relacionadas con la investigación. De la Coordinación de Pasantías, se explica en qué consisten las Pasantías, se detallan sus objetivos y el régimen previsto para su aplicación. De la Coordinación de Servicio Comunitario ECS-UCV, se conceptualiza el Servicio Comunitario, se plantea el objeto de su ejecución y se refieren los aspectos vinculantes de la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior.

Finalmente se incorpora información de Aproa, esbozando una reseña institucional puntual, describiendo su misión y visión así como los propósitos y actividades efectuadas en su labor de protección animal.

En el capítulo tercero, está desplegado el Marco Metodológico. Se muestran las consideraciones generales del método investigativo implementado, especificando el tipo, nivel, diseño y estructura organizacional de la investigación. Se revela la población a estudiar representada en la muestra seleccionada. También exhibe la formulación de los instrumentos de recolección de la información en función de las variables implícitas en los datos a recabar, derivados de los objetivos. Se muestran los modelos de entrevistas, la encuesta y guía de observación y registro empleado para tal fin.

Estos instrumentos cumplen con una rigurosidad metodológica al ser validados por expertos del área de Metodología de la Investigación. Los resultados de dicha

evaluación se demuestran en cuadros resumen, resaltando los aspectos más destacados de las consideraciones expresadas. Se incluyen las consideraciones finales, argumentando la aplicación e incorporación de los instrumentos de acuerdo a su finalidad y a la fase de la investigación correspondiente.

En el cuarto capítulo, se presentan los resultados de las entrevistas aplicadas a las organizaciones que participan y las encuestas a los estudiantes en atención a medir la factibilidad de la propuesta y algunos elementos de interés para su elaboración y aplicabilidad.

El capítulo quinto contiene la propuesta como producto profesional derivado de la investigación. Se hace un análisis general del manejo Social Media de Aproa partiendo de una auditoría y análisis del Sitio Web a nivel de posicionamiento en buscadores y el contenido que destaca. Se reseña la revisión general de las Redes Sociales que posee. Se añade la evaluación de los elementos a considerar interna y externamente mediante una matriz DAFO. Se hace la revisión analítica del mercado y la competencia. Se Justifica el Plan Social Media enunciando los objetivos tanto General como Específicos. Además, se incorpora la asesoría de expertos en Social Media para la fase de diseño. Se plantea la información a destacar para generar los contenidos de valor necesarios para el Plan Social Media.

Por último se presenta el Diseño de la Estrategia de Plan Social Media enfocado a optimizar el tráfico Web y las comunidades online y a potenciar y fortalecer participación en RRSS. Se agregan las políticas previstas para su implementación y los enlaces de interés que soportan la instrumentación del Plan

Finalmente el capítulo sexto, refiere las conclusiones obtenidas en la investigación así como las recomendaciones que se generan procurando su oportuno cumplimiento y consolidación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1. Planteamiento del Problema

Desde la masificación de Internet a partir de 1991 su evolución ha sido increíble. La penetración a nivel mundial ha crecido vertiginosa y exponencialmente. Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organismo especializado de las ONU para las Tecnologías de la Información y la Comunicación, se apunta que para finales del año 2015, el número de usuarios de Internet en todo el mundo habrá superado los 3.000 millones.

El portal clickefectivo.com, con información de Social Geek, publicó a principios del 2015 unas estadísticas interesantes que dejó el 2014 en Social Media. Destacando que Twitter tiene 231.7 millones de usuarios activos a nivel mundial, que pasan un promedio de 170 minutos al mes en esa red social. Cerca de la mitad escriben tuits; la otra mitad sólo los lee. Mientras que el 95% de los usuarios de Facebook entra todos los días a su cuenta. Y del tiempo que pasan los internautas en la Web, 15.8% están en Facebook. Innegablemente las Redes Sociales (RRSS) atrapan a los internautas.

Venezuela no escapa de esta realidad, el diario El Universal publicó a finales de noviembre de 2013, que el número de usuarios totales con interacciones en Facebook es de 10 millones 600 mil usuarios. Tomando en cuenta que para la fecha la población venezolana oscilaba entre 29 millones de personas, ello supone que 37% de los venezolanos utiliza al menos una vez al día Facebook. Para la red social Twitter, la penetración estaba sobre la media mundial alcanzando a un 23%. El nivel de penetración de Internet en Venezuela cerró ese año en 45% de la población, y del total de usuarios de Internet un 85 % utiliza las redes sociales.

De acuerdo con información del Instituto Nacional de Estadística, para el cierre del año 2013 se conectaron a Internet 13.212.202 venezolanos, de los cuales 7.977.064 ingresaron, al menos, una vez al día. Mientras que 7.108.341 accedieron para utilizar redes sociales como Facebook y Twitter, lo cual

representa un 53,80% del total de usuarios de Internet a nivel nacional. Para noviembre 2014, el informe del Banco Mundial, señala que en el país, 55 de cada 100 personas usan Internet. Se aprecia el incremento de un 10% en el acceso de usuarios a la Red, un año después.

Las RRSS constituyen actualmente un bastión para la difusión de información de medios de comunicación, organizaciones, empresas, productos y servicios, que por su inmediatez e interactividad, constituyen un canal de comunicación directa con el público. En Venezuela, al igual que en el resto del mundo, cada vez son más, las empresas privadas y organizaciones no gubernamentales, que las emplean para dar a conocer sus ventajas, tanto para promocionar sus servicios y actividades como para captar a su público objetivo.

Tal es el caso de Aproa, que es una Asociación Civil sin fines de lucro, dedicada a resguardar y promover los derechos de los animales. Está afiliada a la Federación Venezolana de Asociaciones de Protección Animal y a la Sociedad Mundial para la Protección Animal, WSPA, por sus siglas en inglés. Desde su fundación en 1982, Aproa jamás ha tenido, ni tiene, ningún tipo de apoyo económico de ningún organismo o institución oficial y/o gubernamental. Su financiamiento procede principalmente del producto de sus consultorios veterinarios y las cuotas aportadas por los socios voluntarios.

Sus ingresos se invierten en aspectos prioritarios como costear el mantenimiento de albergues y consultorios, la manutención de los animales que están en tránsito y la dotación de insumos médicos para la atención veterinaria interna. La poca disponibilidad de recursos económicos no le permite invertir en Social Media. Sus ingresos no son suficientes para destinar recursos a funciones y/o personal en RRSS, pese a que este elemento es determinante en la promoción y fortalecimiento de su gestión.

Actualmente no disponen de un departamento o personal que se encargue de llevar la página Web y las redes sociales. En general, los socios y parte de su personal se turnan para realizar estas funciones, mas no existe una planificación ni revisión periódica de la gestión comunicacional de Aproa. En este momento, hay

una notoria ausencia de personal especializado para llevar el Social Media de la organización. Se ha detectado un manejo inconstante de las redes sociales, con imprecisión y escasez de contenidos. A la fecha de iniciar esta investigación, 20 de septiembre de 2014, se hizo una evaluación del estado de sus redes sociales. Detectando aspectos interesantes a saber:

En Twitter, su cuenta @aproave cuenta con 975 seguidores y no publican desde el 22 de julio de 2014. El uso en general de la cuenta es para promover la adopción de animales, difundir información y publicar fotografías de mascotas extraviadas, o de usuarios que solicitan información al respecto. También difunden noticias e informaciones vinculantes a los derechos animales.

Mientras que su fanpage de Facebook, tiene 23.795 fans. No publican desde el 17 de septiembre de 2014. La emplean fundamentalmente para promocionar mensajes y contenidos favorables a la protección animal. Promueven la adopción de mascotas, pero con menor frecuencia que en Twitter.

No poseen cuenta en Instagram, ni otra red social diferente a las mencionadas anteriormente.

Su página Web es su enlace virtual más antiguo, la implementaron en el año 2000 aproximadamente. Es bastante completa, en término de secciones, mas no en razón de contenidos. Alberga información de la Asociación, adopción de mascotas, animales extraviados, noticias en la materia y las campañas que desarrollan.

La sección de contactos, apunta las direcciones y números telefónicos de sus consultorios y su correo electrónico. La interacción a través de la Web con el público es ausente, pues no existen espacios o secciones para comentarios y/o sugerencias. Cuenta con una sección informativa de adopciones y/o extravíos de mascotas. Para publicaciones, debe gestionarse directamente en la oficina de la

Asociación o mediante un correo electrónico, que contenga una fotografía y los datos correspondientes.

Ante este panorama se evidencia la necesidad de personal especializado en el manejo de redes para la oportuna promoción de actividades y campañas que generen atención, recursos, adopciones, participación en jornadas y fundamentalmente gestionen eficiente y acertadamente sus medios sociales. Lo ideal sería que el personal encargado, esté preparado académicamente en Comunicación Social o carreras afines, ya que son profesionales especializados en la transmisión asertiva de mensajes y manejo comunicacional adecuado de las organizaciones. Pero la institución no tiene la capacidad económica para abrir un cargo laboral en estas funciones. Una alternativa sería que las gestiones en Social Media la realizaran estudiantes a punto de terminar la carrera de Comunicación Social al hacer Pasantías y/o Servicio Comunitario.

Por otra parte, los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela deben cumplir con una serie de requerimientos académicos para culminar satisfactoriamente su formación profesional. En este caso, deben efectuar prácticas profesionales, estipuladas en el Reglamento Académico para las Pasantías Estudiantiles Universitarias en Empresas e Instituciones de la UCV.

En el artículo 8 de este Reglamento se estipula que la Universidad, de común acuerdo con la empresa, o institución pública o privada, podrá organizar programas por equipos multidisciplinarios de pasantes. Por su parte, el artículo 19 establece entre las atribuciones y deberes de la Coordinación de Pasantías de Facultad, está actuar como órgano de enlace entre la Facultad y la empresa o institución donde se realicen las pasantías.

Ahora bien, puntualmente es el artículo 21 el cual señala la competencia en pasantías a nivel de las Escuelas apuntando que la Coordinación de Pasantías de cada Escuela será la responsable de los programas de pasantías y velará por su planificación, promoción, control, supervisión y evaluación. Específicamente el

artículo 23 implanta como atribución y deber que la Coordinación de Pasantías de cada Escuela actúe como órgano de enlace entre la Escuela y la empresa o institución donde se realicen las pasantías.

Es justamente en este apartado donde se aprecia un aspecto concreto del Reglamento que prevé abiertamente la posibilidad de proponer acuerdos de pasantías entre la UCV y cualquier organización, independientemente de su índole, siempre y cuando sea vinculante con la práctica profesional de la carrera que se cursa. La primera atribución es puntualmente, la que contempla que se puede establecer un enlace entre la ECS-UCV y la empresa o institución donde se realicen las pasantías, Aproa.

Este enlace podría ampliarse con el Servicio Comunitario, ya que según el artículo 6 de la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante Universitario, es un requisito para la obtención del título de Educación Superior, aclarando que no creará derechos u obligaciones de carácter laboral y debe prestarse sin remuneración alguna.

Tanto en las Pasantías como en el Servicio Comunitario, se abre un espacio práctico y factible para aportar personal capacitado de manera permanente, que pueda solventar las necesidades comunicacionales de Aproa en Social Media. Teniendo en cuenta que se trata de una fundación sin fines de lucro y avocada a la defensa de los derechos de los animales, apunta convenientemente a desarrollar los fines previstos en el servicio comunitario.

Basado en la legislación anteriormente expuesta, el presente Trabajo Especial de Grado propone un enlace entre la ECS-UCV y la Asociación Civil Aproa que constituya un espacio de ejecución de las prácticas profesionales y el Servicio Comunitario. Un ámbito coherente con los objetivos previstos en las actividades académicas requeridas para optar a la licenciatura en Comunicación Social. Esta alianza facilitará la interacción de los estudiantes con el contexto real laboral y la dinámica cotidiana de ámbitos de la comunicación social de una organización en

el área de Social Media, con el propósito de facilitar su formación integral y desarrollo profesional.

Esta propuesta alberga además, del propósito de formar profesionales integralmente, adherir a su capacitación el sentido de pertenencia comunitaria, la sensibilidad por las necesidades sociales y su integración asertiva en el ámbito social y profesional. De igual manera, supone una labor acertada y reciproca entre dos instituciones de reconocida trayectoria en la sociedad venezolana, en la cual encuentran la oportunidad de trabajar mancomunadamente en pro de una labor loable, como la protección de los derechos de los animales, y al mismo tiempo contribuir con el cumplimiento adecuado de requerimientos académicos de estudiantes en plena formación profesional.

También se contempla el estudio de las condiciones, posibilidades y factibilidad del enlace entre la ECS-UCV, la Coordinación de Pasantías y de Servicio Comunitario y Aproa. Pretende realizar todas las actividades y acciones pertinentes para vincular a ambas instituciones en términos de establecer el contacto entre las autoridades pertinentes, realizar las comunicaciones, correspondencia y demás diligencias pertinentes para concretarlo.

En función del logro de estos objetivos, se reconoce la importancia del Social Media, porque “es el futuro de la comunicación, un arsenal de herramientas y plataformas basadas en internet que aumentan y mejoran el compartir información. Este nuevo medio hace que la transferencia de textos, fotografías, audio, video e información en general, fluya entre los usuarios e internet” como lo expone la Revista Merca 2.0 (2013).

De igual forma, se incorpora el planteamiento de Mark W. Schaefer, de Schaefer Marketing Solutions y autor de “The Tao of Twitter”, quien propone que el Social Media tiene tres vertientes importantes: Evolución, Revolución y Contribución. “Primero, es una evolución de la manera en que nos comunicamos, reemplazando el email en varios casos. Es una revolución: por primera vez en la

historia tenemos acceso a comunicación global gratis e instantánea, vivimos tiempos emocionantes. En tercer lugar, el social media se distingue por la habilidad de compartir y contribuir que tienen todos” (2012).

En este orden de ideas, la propuesta a desarrollar abarca la posibilidad, de que el Social Media, en un plan estructurado funcionalmente brinde una oportunidad de modernizar, proyectar y ampliar las funciones inherentes a la gestión comunicacional de las instituciones participantes. En el caso de la ECS-UCV, como espacio formativo, y en el Aproa, como ámbito de difusión.

Ahora bien, tiene lugar apuntar la pregunta de investigación que induce el desarrollo de este proyecto: ¿Será factible la implementación de un Plan Social Media para Aproa a ser ejecutado por los estudiantes de la ECS-UCV mediante un convenio entre ambas instituciones?

2. Objetivos de la Investigación

2.1 Objetivo General: Diseñar un Plan de Social Media para Aproa a ser ejecutado por estudiantes de la ECS-UCV mediante una propuesta de enlace entre ambas instituciones para el cumplimiento de Pasantías Académicas y Servicio Comunitario.

2.2 Objetivos Específicos:

1. Diagnosticar situación actual del manejo del Social Media de Aproa para detectar necesidades comunicacionales específicas de la institución.
2. Determinar los requerimientos académicos de la ECS-UCV para la ejecución de Pasantías y Servicio Comunitario.
3. Medir la factibilidad de la propuesta de enlace entre Aproa y ECS-UCV para ejecutar labores de Social Media mediante el cumplimiento de Pasantías y Servicio Comunitario.
4. Elaborar una propuesta de acciones de Social Media para Aproa basada en el convenio entre esta institución y la ECS-UCV.

3. Justificación de la Investigación

Los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, a fin de cumplir con los requisitos necesarios para optar al título de Licenciado en Comunicación Social deben efectuar ciertos procedimientos, como el Servicio Comunitario y las Pasantías. El Servicio Comunitario es de carácter obligatorio mientras que las Pasantías son opcionales. Ambos requerimientos cuentan con reglamentos para su ejecución, las Pasantías con normativa de la UCV y el Servicio Comunitario, posee disposiciones con rango de Ley.

En el caso de las Pasantías, están contempladas en Reglamento Académico para las Pasantías Estudiantiles Universitarias en Empresas e Instituciones, el cual las define como un conjunto de actividades de formación integral, en las que se acoplan estudio y trabajo. Su objeto fundamental es hacer más apto al estudiante para su futuro profesional y para su inclusión en el desarrollo socioeconómico del país.

En este particular, se aclara puntualmente que para que una Pasantía Estudiantil Universitaria sea considerada como tal, debe contener todos los requisitos pautados por el Reglamento y por la normativa propia de cada Facultad o Escuela, en cuanto concierne a planificación, programación, evaluación, tutoría y duración de la misma.

Así mismo el Reglamento prevé las competencias y funciones de la Universidad, delegadas en deberes y atribuciones a las Facultades y Escuelas para su desarrollo, siendo la más importante actuar como órgano de enlace entre la empresa y/o institución donde se realicen las pasantías y el estudiantado. De esta manera, se le dará la oportunidad al estudiante de aplicar los conocimientos adquiridos en la Universidad, facilitándole el aprendizaje de los diferentes campos disponibles para su desarrollo profesional. De este modo, se establecen intercambios de información científica y tecnológica entre la Universidad y las empresas e instituciones del sector público y privado.

Específicamente el artículo 23 del Reglamento implanta las atribuciones y deberes que la Coordinación de Pasantías de cada Escuela tendrá al actuar como ente de enlace entre la Escuela y la empresa y/o institución donde se ejecuten las pasantías. Destaca que dicha Coordinación deberá presentar al Consejo de Escuela, el programa de trabajo, las necesidades presupuestarias, la evaluación sobre el desarrollo del programa, entre otras funciones que permitan el cumplimiento oportuno del mismo.

Con respecto al Servicio Comunitario, está regulado por la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante Universitario, cuyo objeto es regir la prestación del servicio comunitario que por mandato constitucional, corresponde a los estudiantes de educación superior a nivel de pregrado que aspiren al ejercicio de cualquier profesión.

Puntualmente, el artículo 7 define los propósitos de su realización: Fomentar en el estudiante, la solidaridad y el compromiso con la comunidad como norma ética y ciudadana. Hacer un acto de reciprocidad con la sociedad. Enriquecer la actividad de educación superior, a través del aprendizaje servicio, con la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación académica, artística, cultural y deportiva. Integrar las instituciones de educación superior con la comunidad, para contribuir al desarrollo de la sociedad venezolana. Formar, a través del aprendizaje servicio, el capital social en el país.

En conclusión, la presente investigación se justifica en dos apartados diferentes que se relacionan. Primero: brinda una opción de realizar Pasantías y Servicio Comunitario a estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV en una institución de carácter no gubernamental, sin fines de lucro y de naturaleza social como lo es Aproa. Segundo subsanaría permanentemente la necesidad de voluntariado de Aproa para la ejecución de un Plan Social Media y el manejo constante de las redes sociales, lo que ayudaría a esta organización a conseguir sus objetivos en pro de la defensa de los derechos animales.

4. Alcances de la Investigación

Esta investigación se proyecta en función de concretar una propuesta de enlace entre la organización Aproa y la ECS-UCV sustentada en el Diseño de un Plan de Social Media que permita a Aproa, potenciar su difusión y alcance comunicacional en las RRSS contando con personal voluntario, lo que supone a la ECS-UCV un espacio práctico para el ejercicio de actividades académicas con carácter legal en la formación de Licenciados en Comunicación Social.

En un sentido más específico permite alcanzar, diversos aspectos implícitos, a saber:

- Acompañamiento académico a funciones en Social Media de Aproa.
- Proyección Comunitaria de la ECS-UCV.
- Acompañamiento práctico a estudiantes en el cumplimiento de sus Prácticas Profesionales y Servicio Comunitario.
- Apoyo a gestión pro-defensa de los Animales de Aproa.
- Espacio práctico académico-profesional para la inserción social del profesional en formación.
- Favorece el proceso de reestructuración de la Coordinación de Pasantías y Servicio Comunitario en la ECS-UCV.
- Oportunidad de apertura a otros convenios y/o actividades que favorezcan la gestión de estas instituciones.
- Incorporar el Social Media, área relativamente reciente y novedosa de la Comunicación Social al proceso de formación académico-laboral de los estudiantes de la ECS-UCV.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

1. Antecedentes de la Investigación

La búsqueda de investigaciones previas, vinculadas al tema a desarrollar se efectúa para sustentar el proceso investigativo y fungir como una guía sistemática del trabajo a desarrollar. Los antecedentes constituyen un punto de partida. Se trata de aportar un fundamento que propicie las bases sobre las cuales se comienza a estructurar, iniciando así con referentes teóricos, que brinden solidez al abordaje práctico de la temática investigada.

Hurtado (2008) explica que a partir de la revisión bibliográfica, ya sea de libros o trabajos de grado, entre otras fuentes, se puede detectar avances teóricos y el desarrollo de instrumentos y equipos, así como resultados de trabajos, que por su carácter marcan un precedente que hace posible una nueva investigación.

En este sentido, se enmarca el problema de estudio en función de un conjunto de conocimientos y trabajos previos a través de la indagación como objetivo del marco teórico. Es justamente a través de esta exploración que se puede determinar, los estudios existentes con características similares. Detectar estudios anteriores en el tema y área que se abordan en específico. O si por el contrario se trata de una novedad o innovación investigativa.

En este caso en particular, se pudieron ubicar investigaciones concernientes a la temática. Sin embargo, en particular no se halló alguna tesis que propiamente abordara el tema Social Media y/o Plan Social Media. Por lo incipiente del tema y lo innovador de los oficios relacionados con este. El Social Media supone la gestión de la imagen, relaciones e interacción en general de las organizaciones con su entorno. Solo que anteriormente se tramitaban con métodos tradicionales de las Relaciones Públicas, y el Social Media surge con el mismo propósito pero con una

estructuración y mediación muy distintas, porque ocurre en el espacio digital contextualizado en un entorno virtual.

En este sentido, se reseñan aquellas investigaciones que por su naturaleza, contenido y pertinencia, atañen al trabajo propuesto.

En principio, se encuentra el trabajo de investigación “*El Servicio Comunitario del Estudiante en Educación Superior y el Programa Nacional de Formación en Administración*” desarrollado por Plascencia (2010) para optar a la Maestría en Educación, Mención: Educación Superior en la Universidad Central de Venezuela. El diseño de la investigación fue el referido a un Trabajo de Campo, No Experimental. El campo de acción de la investigación fue el Colegio Universitario Francisco de Miranda, con el propósito principal de analizar los procesos de articulación, en atención a la Ley y a la fundamentación curricular con los actores internos, docentes y estudiantes de esta institución. Se trató de un estudio de experiencias concretas, para atender el vacío cognitivo instrumental que se detectó en cuanto a la puesta en práctica del Servicio Comunitario, desde la articulación legal hasta la implementación curricular, pasando por la reflexión sobre algunos aspectos de la racionalidad de la acción que son necesarios a la relación entre universidad y sociedad.

La investigación tuvo un alcance a nivel Analítico-Interpretativo logrando adquirir así un mayor conocimiento de carácter teórico en la comunidad educativa donde se aplicó. Hecho que permitió la adaptación y articulación de los aspectos formales y legales, de un elemento incipiente en la práctica educativa como en ese momento, lo fue el Servicio Comunitario. El mayor aporte del trabajo radicó en el enriquecimiento de la disciplina científica, mediante el abordaje temático de la articulación de la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante Universitario (2005) y la concepción pedagógica de aprendizaje servicio desde una perspectiva teórica fundamentada en el Pensum Académico de Formación Profesional, a fin de que sea vinculante a las labores propias de la carrera que se estudia. De modo que los estudiantes además de retribuir a la sociedad, por su educación, brindando

un servicio a la comunidad, puedan producirlo mediante prácticas inherentes a su formación profesional.

Ese trabajo sirve como antecedente a la presente investigación debido a que, demuestra la importancia del Servicio Comunitario en el ámbito académico, mediante su vinculación con el programa de formación de una carrera en específico. Se maneja la integración de la formación profesional que recibe el estudiante antes de cumplir una labor con fin social. Al igual que esta Tesis de Grado, procura que ese servicio se corresponda con los insumos pedagógicos que recibe el individuo durante sus estudios. Procura la ejecución de actividades dentro del Servicio Comunitario que mantengan actualizada la formación de los estudiantes, es decir, que se adecuen a los cambios y necesidades sociales. Todos estos elementos atañen también a este Proyecto Factible, que además busca establecer convenios formales que permitan el buen desempeño del Servicio Comunitario como parte de la preparación de los estudiantes de Comunicación Social de la UCV con la institución Aproa.

En conclusión, se pone de manifiesto que el Servicio Comunitario debe asociarse a prácticas propias de la carrera que se cursa. Al igual que el caso que ocupa a esta investigación, en el cual se propone la ejecución de un Plan Social Media, una de las áreas más reciente de la Comunicación Social y con mucho campo de trabajo actualmente en el país.

Seguidamente se encuentra la tesis trabajada por Bautista (2010) *“Estrategia Comunicacional para la adopción de Animales Abandonados. Caso Aproa”* para optar al título de Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello. El objetivo primordial de la investigación es presentar una estrategia comunicacional que se adapte al presupuesto de la Asociación y al mismo tiempo llegue eficientemente al público objetivo que se desea impactar. A través de un estudio de mercado previo se delimitan las necesidades y la audiencia meta, los datos se recopilaron por medio de la observación, consultas bibliográficas y de estudios previos.

A partir de los resultados se diseñó la estrategia, partiendo del uso de medios con ciclos de vida largos, puesto que este tipo de institución mantiene un ideal permanente, en este caso mantienen la idea de la protección animal, antes como ahora. Se puntualiza que el hecho de emplear medios perdurables en el tiempo les permitirá ahorrar recursos económicos. El estudio determinó un manejo inadecuado de los medios, de poco impacto para las nuevas generaciones que consumen su información y se perfilan como público potencial. Se detectó la necesidad de que Aproa expanda su acción comunicacional, a través de más medios y que requiere reforzar la frecuencia comunicativa con su audiencia a través de estos. Propone la expansión de la estrategia desarrollada a centros de estudios para captar al público joven.

Siendo así, este trabajo se adecua como un referente bastante acorde para la presente investigación, ya que plantea que la estrategia comunicacional de Aproa debe ajustarse a los recursos de la organización. Una solución que propone, es recurrir a prácticas de valoración del recurso en formación, incluyendo a jóvenes universitarios por lo que recomienda su extensión a centros de estudios para captar al público joven. Tal y como se apunta en la propuesta de este Plan Social Media que proyecta la participación de estudiantes de la ECS-UCV.

Finalmente, se refiere el trabajo “*Estrategia en Redes Sociales para EstêeLauder Venezuela*” realizada por Duque y Rauseo (2014) para optar al título de Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello. Su principal objeto fue identificar que elementos debe contener una estrategia de Redes Sociales para posicionar a una compañía transnacional como EstêeLauder en Venezuela. Dicha investigación se justificó en la importancia y valor que ha tomado la Web 2.0 y las RRSS, además del protagonismo que otorgan a los seguidores de organizaciones y marcas, siendo los medios digitales la nueva alternativa de conexión con el público.

Entre las conclusiones más significativas del trabajo tomado en cuenta, se determinó que el término diálogo es el que debe caracterizar toda planificación de

actividad algunas de las organizaciones y marcas en el mundo digital. Siendo así, los seguidores y la institución se equiparan en un nivel de interacción, donde se retroalimenta la actividad ejecutada de manera permanente, dinámica y activa. De igual forma, es destacable que la investigación comprobó que por la participación del público venezolano en los medios digitales y RRSS, se hace necesario que las instituciones, empresas y marcas que hacen vida en el país prioricen la ejecución de planes de abordaje de sus públicos en los medios digitales. En fin, destaca la importancia de la dinámica e interacción en Social Media para el cumplimiento de objetivo de las organizaciones.

Los antecedentes referidos anteriormente, suponen un aporte primordial para la investigación, puesto que se ajustan conceptual y procedimentalmente al proyecto en desarrollo. Su revisión supone un referente teórico que prioriza elementos básicos, que delinear la preparación estructural y armónica de la propuesta. Al examinar cada trabajo seleccionado, existe una aproximación fundamental, pues cada uno, resalta componentes importantes de esta investigación como la adecuación de la estrategia comunicacional de Aproa, la indefectible incorporación del Social Media y la participación estudiantil en su prosecución.

2. Bases Teóricas

Una vez delimitado el planteamiento del problema y definidos los objetivos, general y específicos, que acuerdan la finalidad del Trabajo Especial de Grado resulta conveniente establecer los aspectos teóricos que sustenten la investigación propuesta.

En este sentido, se contemplan los aspectos conceptuales referidos a la temática abordada en la investigación. A nivel teórico, se manejan definiciones de Social Media, Plan Social Media y Community Manager (CM). De modo referencial, se acota la estructura y funcionamiento de las instituciones involucradas, Aproa y ECS-UCV, una breve reseña, su misión y visión, así como aquellos aspectos vinculantes, en los que se halla la ocasión de proponer un enlace académico-práctico entre ambas. En el ámbito jurídico, se presentan las bases legales que

sustentan el planteamiento de investigación, contenidas en estatutos que delimitan su ejercicio, tal y como la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante Universitario, el Reglamento Académico para las Pasantías Estudiantiles Universitarias en Empresas e Instituciones de la UCV.

2.1. Social Media

2.1.1 Definición de Social Media

El vertiginoso avance tecnológico, característico del nuevo milenio, reestructura constantemente las formas de aproximación y comunicación, desde el ámbito individual hasta la dinámica social en general. Con el auge de las RRSS, las personas, instituciones, corporaciones y organismos han transformado radicalmente la interacción con su entorno. En ese proceso florecen elementos teóricos, que si bien son incipientes, su alcance convoca la investigación y desarrollo por académicos y profesionales que se avocan a incorporarlos en el área de conocimiento a la cual se vinculan.

Tal es el caso del Social Media, un concepto relativamente reciente que nace del desarrollo de Internet y la tecnología Web 2.0. Vela (2011) lo define como:

“la capacidad y habilidad para compartir, crear, generar, opinar, interaccionar, colaborar, comunicar, aprender, descubrir, enseñar, mostrar, intercambiar, participar, en definitiva escuchar y tener voz... Es decir, todos los medios a través de los cuales nos expresamos en el “ciber-espacio”. Todo ello cabe dentro de los “Medios sociales”. Algo así como una ventana a la otredad que permite tanto mirar hacia fuera como hacia dentro.”

Se trata de una definición amplia y versátil, Centrada en los “medios“, como tal, resaltándolos como plataformas y herramientas, a través de los cuales se pueden efectuar acciones determinadas. Referidas éstas a un aspecto “social“, por tratarse de individuos y/o grupos que interaccionan.

Kaushik (2013) apunta sobre el Social Media: “Son contenidos generados por el usuario que son compartidos online con tecnologías que promueven el compromiso, el intercambio y la colaboración” Esta definición contiene elementos bastante pertinentes para esta investigación, pues al involucrar a una organización sin fines de lucro como Aproa la cooperación y el compromiso son factores determinantes, en la labor que realizan y por ende deben incorporarse apropiadamente en sus forma de interacción con el público a través de sus RRSS y el plan de Social Media en general.

En este momento, surgen muchas definiciones referentes al Social Media, la mayoría apunta básicamente a que se trata de un entorno digital para la socialización, que siempre han tenido las organizaciones, solo que con nuevos soportes y medios.

2.1.2 Características del Social Media

El Social Media presenta singularidades que, lo distinguen notablemente de los medios de comunicación tradicionales. Esos elementos característicos lo han posicionado como una forma de comunicación actual y novedosa. Se exponen en este apartado, para así ampliar la visión del enganche que ha logrado.

Global: Chmielewski, (2013) cree que el Social Media “no se trata de lo que uno solo de nosotros hace o dice, sino de lo que hacemos y decimos en conjunto, a nivel mundial, para comunicarse en todas las direcciones en cualquier momento, mediante cualquier manera digital.” Siendo así el Social Media, traspasa las distancias y las fronteras entre las naciones. No se circunscribe a una región o localidad en particular. Son medios accesibles para todos, a través de la red, sin importar el país de origen, la cultura y/o tradiciones porque además son producto y al mismo tiempo causa de la globalización imperante en el mundo moderno.

Dinámico: actualmente la configuración de la información y la opinión pública, dista mucho de la preeminencia comunicacional del periodista y la prensa que otrora las dirigían arbitrariamente. Solis (2009) asegura que los Social Media son una forma de democratización de la información y, en este sentido, transforman al usuario, antes mero lector, en editor de contenidos. El usuario,

pasó de espectador pasivo a copartícipe activo en la generación de los contenidos e informaciones manejadas en estos medios de comunicación.

Interactivo: según Jantsch (2008) los Social Media son una especie de foro público. Proporcionan una plataforma para que los participantes, puedan expresar su opinión abiertamente, con la confianza de que su voz sea escuchada por otras personas. Es esta oportunidad de decir, opinar y participar, el estímulo que acelera increíblemente la capacidad de respuesta de la audiencia, manteniéndola involucrada en el proceso comunicacional, de todos los ámbitos sociales en el llamado mundo virtual.

Económico: el hecho de que las RRSS y otras plataformas de Social Media sean gratuitas para los usuarios en la Web y en las diferentes versiones de aplicaciones para equipos portátiles, es uno de sus principales atractivos. Si bien es cierto, que el usuario debe costear un plan de datos para Internet, además de comprar un equipo para acceder a la red, innegablemente, se reduce la frecuencia y el costo que debe pagar para obtener información. Al mismo tiempo se potencian las infinitas posibilidades de acceso a datos, medios, fuentes y canales de comunicación que antes era diaria y limitada, por ejemplo con el periódico. Para Jantsch (2008) los Social Media son una manera de utilizar tecnología combinada con interacción social para crear valor añadido. Justamente la combinación de lo económico y ese valor añadido, se encuentra la fortaleza y el atractivo que otorga el Social Media en materia de comunicaciones.

Para las organizaciones y/o marcas supone un gasto frecuente, ya que deben suscribir modalidades especiales de las RRSS para acceder a estadísticas de su uso. Ahora bien, existen perfiles gratuitos para empresas, de modo que pagar por servicios más avanzados de especificación de datos, es una opción que puede tomarse o no. Y en caso de elegirse, no hay duda de que el retorno por la inversión (ROI) es provechoso. En términos monetarios, incrementa las ventas y potencia el alcance. A nivel de interacción, permite de segmentación de los contenidos, conocimiento de los seguidores (datos, gustos, rutinas,) e información en general que permite profundizar la conexión e identidad.

2.1.3 Importancia del Social Media

AlArte(s/f), agencia venezolana de diseño Web, destaca en su portal que el Social Media es necesario para la proyección e imagen pública, puesto que permite definir planes, trazar objetivos claros, ubicar los nichos provechosos, aportar valor, cuidar la imagen, atender a los seguidores, y continuamente responder satisfactoriamente a las necesidades del público.

Por su parte, Llorente (2014) destaca la importancia del Social Media, siendo que las redes sociales no son el futuro sino el presente del entorno digital, y asegura que indudablemente su presencia se proyecta exitosamente en el tiempo. Difícilmente en un futuro inmediato puede surgir algún medio comunicacional que las sustituya o las desplace absolutamente. Además, Llorente enumera algunos de sus beneficios: Primero, son una especie de escaparate gratuito en el que puede colgarse diferentes mensajes a un público objetivo. Segundo, producen un feedback inmediato entre la organización y sus usuarios. Tercero, es una opción perfecta para generar preeminencia y notoriedad. Por último, aportan modernidad al poseer identidad en el mundo virtual.

2.1.4 Estadísticas de Social Media en Venezuela.

Rodríguez, (2015) hace un balance de las telecomunicaciones en Venezuela para el cierre de 2014. Destacando que de la población total de 28 millones 868 mil 486 venezolanos, 12.994.232 son internautas, siendo un 45% de la población. Los suscriptores de teléfonos móviles: 30 millones 300 mil 058 personas con un 102.7% de penetración.

El diario El Nacional, publicó en enero de 2015 que el predominio de las RRSS en el país lo tienen Facebook, Twitter y YouTube. Aunque ha aumentado significativamente la popularidad entre los venezolanos de redes sociales como Instagram, Pinterest y Snapchat. Sin embargo, esto no significa que el acceso a las favoritas haya decaído, pues se trata de una diversificación de las RRSS correspondiente a un uso incremental de las redes y no sustitutivo. La tendencia

es que los venezolanos acceden a nuevas redes, sin dejar de usar las que ya poseen, lo que supone una ampliación exponencial del uso de estos instrumentos.

Otro indicador del auge que ha tomado el Social Media en el país, es el expuesto por Franquiz (2014) quien asegura que en Venezuela para el 2013 existía una escasa oferta profesional en este campo, pero ya para mediados del 2014 es notorio el crecimiento de la demanda laboral de CM y el uso del RRSS por parte de las organizaciones.

2.2 Plan Social Media

2.2.1 Concepto de Plan Social Media

El Plan de Social Media es una estrategia que define la presencia en medios y redes sociales para optimizar la imagen y maximizar el alcance de un individuo, organización y/o marca con su público en el entorno digital. Vela (2014) lo define como: “el estudio y arte de conseguir que nuestro mensaje, nuestra campaña, nuestros anuncios y comunicaciones se distribuyan de forma planificada y estratégica, o lo que es lo mismo, a través de los medios adecuados a nuestro sector, productos, servicios y por supuesto, clientes potenciales, obteniendo la mayor difusión y alcance posible, es decir, efectividad.”

Entonces el Plan de Social Media es la delimitación y estructuración de las acciones sucesivas, la selección de los medios y redes pertinentes, en función del logro de los objetivos establecidos y del público objetivo.

2.2.2 Estructura y Etapas del Plan Social Media

Osteriz, (2014) explica que un Plan Social Media debe elaborarse en forma progresiva, para ello requiere pasar por tres etapas, que permitirán su organización y ordenamiento de forma coherente y adecuada. Estas fases son: Análisis, Definir Objetivos y Propuestas, las cuales se ejecutan de la manera que se expone a continuación:

2.2.2.1 Análisis

En primer lugar, se encuentra la etapa de Análisis, que es en la cual se realiza toda la investigación previa que proporcionará el soporte informativo de la situación y realidad actual en el medio digital. En este sentido deben analizarse cuatros aspectos fundamentales, a saber:

a. Análisis del sitio web: Auditoría SEO: inicialmente se accede al sitio Web y consta de las siguientes acciones:

- Construcción del sitio Web.
- Determinar contenido duplicado.
- Evaluar Velocidad página.
- Tiempo de permanencia.
- Determinar Errores técnicos.
- Detectar Enlaces rotos.
- Evaluar Palabras claves.
- Calidad de los títulos.
- Determinar tipo de contenido.
- Evaluar Cómo se divulga el contenido
- Evaluar Textos anclas o enlaces entrantes
- Averiguar el Page Rank

b. Análisis Presencia en Redes Sociales: a continuación se evalúa las presencias en RRSS, aquellas en las que posee perfiles, número de seguidores y cantidad de interacciones. Igualmente se analiza que publica en cada red, la periodicidad, el lenguaje, las imágenes. También es importante verificar aquellas en las cuales no poseen cuentas, para determinar si es necesario aperturar una, o si puede dispensar del uso de alguna que posea ya que lo importante no estar en todos las RRSS por estar sino estar en aquellas que son realmente necesarias para cubrir el propósito del Plan Social Media.

c. Análisis DAFO: consiste en la elaboración de la matriz con Fortalezas, Debilidades, a nivel interno y las Oportunidades y Amenazas, a nivel externo. Conviene responder honestamente ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas? y

¿Cuáles son las amenazas y oportunidades? Para tener un contexto situacional real identificado que permita desplegar la acción comunicacional a emplear.

d. Análisis de la competencia: se trata de aplicar un sondeo del posicionamiento en Social Media de los competidores más cercanos y realizar un análisis comparativo enmarcado en ventajas y desventajas. Este análisis no es pertinente en el caso de esta investigación, pues tratándose de Aproa, es una institución para la cual no existe una competencia directa. Más bien, encuentra un apoyo para el desarrollo de su labor en otras fundaciones de carácter similar.

2.2.2.2 Definir Objetivos

Los objetivos y los KPIs de un Plan Social Media deben ser medibles, realistas, alcanzables, específicos, con tiempo, de acuerdo con Osteriz (2014). Los objetivos son respuestas a las insuficiencias que se determinaron en el diagnóstico inicial. Entonces, deben estructurarse en acciones destinadas a satisfacer las necesidades detectadas. Se puede ambicionar, porque justamente obedecen a una proyección organizacional en el medio digital. Ahora bien, deben perfilarse razonablemente y con una secuencia lógica de manera que sean una sucesión de acciones que hilvanen la identidad virtual de la organización en forma concisa y en un tiempo prudente.

2.2.2.3 Propuestas

Las propuestas de un Plan Social Media son la oferta de acciones que van a consolidar los objetivos y finalmente se traducen en el posicionamiento de la identidad en el entorno digital. Osteriz (2014) hace énfasis en la importancia de no abarcar todas las RRSS, a menos que sea estrictamente necesario en función de lo que se desea lograr. Se trata, en todo caso de solventar las carencias descubiertas adaptando el contenido a cada RRSS que realmente requiera emplearse. El criterio debe ser la pertinencia y adecuación a los objetivos y al público.

La propuesta se oferta a la organización y puede reestructurarse a su petición. Al mismo tiempo es importante una evaluación constante del plan en desarrollo

pues no se trata de formulas presupuestas, sino de cómo responden en su ejecución. La aplicación es el mejor medidor de si se requiere ajustarlas o no.

2.3 Community Manager

2.3.1 Concepto de Community Manager.

El concepto de Community Manager (CM) es relativamente reciente, pero al tratarse de una actividad en notable crecimiento, varios académicos y especialistas en el área se han ocupado de investigar al respecto y han consolidado algunas nociones que pretenden definirlo. En el caso de esta investigación, es fundamental distinguir su tarea, características y funciones ya que dentro de la propuesta es necesario dejar claramente establecido el perfil, características y funciones que deben desempeñar los estudiantes al realizar las pasantías y el servicio comunitario del Plan Social Media diseñado para Aproa.

Fernández define al CM de la siguiente manera:

“Aquella persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. Una persona que conoce los objetivos y actúa en consecuencia para conseguirlos” (2013).

Para Marquina (2013) “el Community Manager es un profesional que se encarga de las relaciones e interacciones entre una entidad y sus usuarios, clientes y público en general mediante los medios y las redes sociales en línea.

En ambas definiciones se evidencia que el CM es la persona encargada de crear y preservar las comunidades en torno a las organizaciones, generando contenido de valor, entablando diálogos, alentando a las personas a participar y monitoreando su presencia online. Es justamente el CM quien debe llevar la batuta de la socialización digital de su organización, y en gran manera depende de éste el éxito que pueda tener la ejecución del Plan Social Media.

2.3.2. Características del Community Manager.

Por la importante labor dentro de la organización, la persona que desempeñe las funciones de CM debe poseer ciertas habilidades y actitudes que faciliten la dirección social del entorno digital del cual se encarga. Matos, (2014) apunta que el CM debe ser un individuo con preparación, educación, entrenamiento y sobre todo, mucho sentido común, de modo que tenga la suficiente capacidad de interactuar asertivamente en el medio digital.

Entre otros atributos, un buen CM debe ser:

- Sinérgico.
- Elocuente.
- Ético y respetuoso.
- Dialogador y sociable.
- Positivo y optimista.
- Buen Gestor de conflictos.
- Reconoce sus errores.
- Conoce bien a la organización.
- Creativo e ingenioso.
- Mediador.
- Defensor de su comunidad.
- Transparente y honesto.
- Versátil y curioso.
- Generoso, recíproco y empático.
- Colaborador y participante activo de la comunidad.

2.3.3 Funciones del Community Manager

Hasta ahora se han esbozado alguna de las características que debe poseer el CM, sin embargo es conveniente establecer y enumerar pertinentemente las tareas que debe cumplir. Franquiz, afirma que como toda profesión en sus inicios es difícil definir aún dónde empieza y dónde termina el trabajo del CM. Tras todo

este novedoso paradigma comunicacional, cualquier persona puede reclamar directamente a las organizaciones, figuras públicas y/o marcas y además de forma pública. Allí radica el principal rol del CM: ser el enlace entre las partes, y de su preparación y eficiencia dependerá el éxito de dicha gestión.

Entre otras funciones, el CM se encarga de:

- Gestiona la identidad digital de la empresa.
- Gestión de la comunidad online de la organización.
- Realiza campañas en redes sociales.
- Realiza atención al cliente en la web.
- Es la voz y pluma de la empresa en blogs y medios digitales.
- Se encarga del posicionamiento en buscadores, SEO.
- Investiga y analiza a la competencia.
- Escucha y conoce lo que quieren sus clientes.
- Monitorización y análisis estadístico.
- Gestiona situaciones de crisis de Reputación Online
- Formación y adaptación continua de nuevas tendencias en la Web.

2.4 Escuela de Comunicación Social UCV

2.4.1 Breve Reseña de la ECS-UCV

La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela se fundó en octubre de 1946, con el nombre de Escuela de Periodismo. En 1958 fue reestructurada y funcionó con un pensum de 4 años hasta 1970. Ese año se aprobó un plan curricular de 5 años, que apertura 3 menciones, a cursar en los últimos 4 semestres de la carrera: periodismo impreso, comunicación audiovisual y relaciones públicas y publicidad. Este plan fue modificado en 1978 a partir de ese momento quedó vigente el nuevo plan de estudios, que elimina las menciones hasta la actualidad.

La Escuela de Comunicación Social, define en su portal Web que, busca la formación amplia y eficaz, con fundamentación científica y humanística, de un

profesional capaz de desempeñarse en el ambiente laboral, manejando recursos científicos y técnicos de la comunicación social, dentro del ámbito de las ciencias sociales, y vinculado con todos los aspectos del saber humano.

La importancia de esta disciplina tiene un despegue que se corresponde con la apertura de los tiempos que se viven, pues si el siglo XX fue por antonomasia el siglo de las comunicaciones, la avanzada científico-tecnológica de hoy, implica cambios mayores en el universo de las tecno-comunicaciones.

2.4.2 Coordinación de Pasantías en la ECS-UCV

En el artículo 12 se prevé que para la organización y funcionamiento del Programa de Pasantías, la UCV debe contar con una Coordinación de Pasantías de cada Escuela, si fuera necesario.

En cuanto a la Coordinación de Pasantías por parte de las Escuelas, el artículo 21 establece que será la responsable de los programas de pasantías y velará por su planificación, promoción, control, supervisión y evaluación. De igual modo, el artículo 23 acota que la Coordinación de Pasantías de cada Escuela tendrá las atribuciones y deberes siguientes:

- a) Ser órgano de enlace entre la Escuela y la empresa o institución donde se realicen las pasantías.
- b) Presentar al Consejo de Escuela, el programa anual de trabajo y las necesidades presupuestarias para el desarrollo del mismo.
- c) Elaborar el informe anual o semestral sobre el desarrollo y evaluación del programa de pasantías para el conocimiento del Consejo de Escuela.
- d) Celebrar reuniones periódicas que serán convocadas y presididas por el Coordinador de Pasantías de la Escuela.
- e) Describir, revisar y actualizar los perfiles de los pasantes.
- f) Elaborar o actualizar sus normas internas de funcionamiento y someterlas al Consejo de Escuela.
- g) Las demás que le asigne el Consejo de Escuela.

2.4.2.1 Conceptualización de Pasantías

El Reglamento Académico para las Pasantías Estudiantiles Universitarias en Empresas e Instituciones de la UCV en su artículo 1 define las pasantías como un conjunto de actividades de formación integral, en las que se conjugan estudio y trabajo. Su finalidad primordial es hacer más apto al estudiante para su futuro profesional y para su participación en el desarrollo socioeconómico independiente del país.

El Vicerrectorado Académico, en la página de Internet de Pasantías de la UCV(s/f) plantea que las pasantías son una forma de aprendizaje que comprende lapsos de permanencia y participación activa de estudiantes y profesores en empresas, industrias e instituciones, junto al personal que éstas designan para su supervisión.

2.4.2.2 Objetivos de las Pasantías

En el Artículo 2 del Reglamento de las Pasantías Estudiantiles Universitarias se establece que tendrán los siguientes propósitos:

- a) Dar al estudiante la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en la Universidad, facilitándole el conocimiento de los diferentes campos disponibles para su desarrollo profesional.
- b) Establecer intercambios de información científica y tecnológica entre la Universidad y las empresas e instituciones del sector público y privado.
- c) Coadyuvar al mejoramiento científico y tecnológico del personal docente y de investigación, mediante su participación directa, como tutor académico, en el estudio de casos concretos a nivel de las empresas e instituciones del sector público y privado adscritas al Programa de Pasantías.

2.4.2.3 Régimen de las Pasantías

El reglamento, en la primera sección, establece los estatutos para el Régimen de las Pasantías.

El Artículo 4 decreta que el régimen de las Pasantías Estudiantiles Universitarias se establecerá en los acuerdos, convenios y contratos que la Universidad suscriba con empresas e Instituciones, públicas y privadas, así como en los reglamentos y resoluciones del Consejo Universitario y de los Consejos de Facultad, siempre y cuando esos instrumentos se relacionen con las pasantías.

El Artículo 5 estipula que la relación que se deriva entre pasante y empresa o institución será una relación académica que no produce estabilidad laboral, y que se regirá por las cláusulas estipuladas en el convenio que se firme al efecto entre las partes y no por la Ley del Trabajo. En todo caso la UCV velará, por intermedio del tutor académico, para garantizar un trato digno a los estudiantes pasantes.

En el artículo 6 las actividades que el pasante realice se harán bajo un régimen de tutoría académica y empresarial o institucional, y se orientarán en dos sentidos:

- a) Hacia la aplicación y la integración de conocimientos mediante la participación en las actividades que tienen que ver directamente con las asignaturas relacionadas con el ejercicio profesional, atinentes al plan de estudio de la carrera respectiva;
- b) Hacia la adquisición de conocimientos de la estructura, organización y funcionamiento de las empresas e instituciones.

El Artículo 7 plantea que las actividades que el estudiante debe realizar durante la pasantía serán definidas con antelación a la misma, a través de un programa detallado y elaborado por el tutor académico conjuntamente con el tutor empresarial o institucional. Dicho programa será sometido a la aprobación de la Coordinación de Pasantías de la respectiva Escuela y Facultad, en el marco de este reglamento, y de los propios de las Escuelas y Facultades.

Se prevé en el Artículo 8 que la Universidad, de común acuerdo con la empresa, o institución pública o privada, podrá organizar programas por equipos multidisciplinarios de pasantes.

2.4.3 Coordinación de Servicio Comunitario ECS-UCV

La Dirección del Servicio Comunitario de la ECS-UCV se encuentra a cargo del Prof. Juan Carlos Rosillo Villena. Desde finales de 2014 con la designación del Prof. Rosillo, como su Coordinador, experimenta un proceso de actualización y ampliación de los Proyectos de Servicio Comunitario que ofrece al estudiantado. En este sentido, la propuesta enmarcada en esta investigación es

bastante oportuna. La exposición y revisión de la misma amplia la factibilidad de su ejecución por el momento en que se plantea.

2.4.3.1 Conceptualización del Servicio Comunitario

El Artículo 4 de la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior entiende por Servicio Comunitario, como la actividad que deben desarrollar en las comunidades los estudiantes de educación superior que cursen estudios de formación profesional, aplicando los conocimientos científicos, técnicos, culturales, deportivos y humanísticos adquiridos durante su formación académica, en beneficio de la comunidad, para cooperar con su participación al cumplimiento de los fines del bienestar social, de acuerdo con lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y en esta Ley.

2.4.3.2 Objetivos del Servicio Comunitario

Los fines del servicio comunitario están previstos en el artículo 7, como los siguientes:

- Fomentar en el estudiante, la solidaridad y el compromiso con la comunidad como norma ética y ciudadana.
- Hacer un acto de reciprocidad con la sociedad.
- Enriquecer la actividad de educación superior, a través del aprendizaje servicio, con la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación académica, artística, cultural y deportiva.
- Integrar las instituciones de educación superior con la comunidad, para contribuir al desarrollo de la sociedad venezolana.
- Formar, a través del aprendizaje servicio, el capital social en el país.

2.4.3.3 Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior

Existe una previsión legal para proponer Proyectos de Servicio Comunitario en la normativa jurídica que rige esta materia, la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior.

El artículo 21 reza que los proyectos deberán ser elaborados respondiendo a las necesidades de las comunidades, ofreciendo soluciones de manera metodológica, tomando en consideración los planes de desarrollo municipal, estatal y nacional.

La Iniciativa de Proyectos está contemplada en el artículo 22, sentando que podrá ser iniciativa de:

- El Ministerio de Educación Superior.
- Las instituciones de educación superior.
- Los estudiantes de educación superior.
- Las asociaciones gremiales.
- Las instituciones públicas.
- De los requisitos para la presentación y aprobación de los proyectos.

El diseño de la propuesta surge de una estudiante del decimo semestre de Comunicación Social, y está enmarca en la ejecución del Trabajo Especial de Grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social presentado por la Br. Roysbel Vielma. En este sentido, aunque es una proposición incipiente, es factible que su ejecución pueda ser ampliada y ejecutada como un proyecto formal de Servicio Comunitario dentro de la ECS-UCV mediante futuras investigaciones.

Los proyectos deberán ser presentados por escrito, como lo indica el artículo 23. El planteamiento del problema deberá incluir la necesidad detectada en la comunidad, la justificación, los objetivos generales y el enfoque metodológico, sin menoscabo de los requisitos adicionales que pueda solicitar la institución de educación superior en su reglamento. Todo proyecto de servicio comunitario requiere ser aprobado por la institución de educación superior correspondiente.

En líneas generales, en esta investigación se contemplan todos los aspectos procedimentales, legales y formales que apuntan a maximizar la factibilidad de la propuesta.

2.5 Aproa

2.5.1 Breve Reseña Institucional de Aproa

Aproa, Asociación Pro-Defensa de los Animales es una Asociación Civil, sin fines de lucro, que se dedica a resguardar y promover los derechos de los animales. Está debidamente inscrita en el Registro Inmobiliario del Municipio Chacao del Estado Miranda, en fecha 11 de enero de 1983, Nro 14, Tomo 1, Protocolo 1, carácter que consta en Acta Nro 3, Folio 10, Tomo 42, del año 2009. Está afiliada a la Federación Venezolana de Asociaciones de Protección Animal y a la Sociedad Mundial para la Protección Animal, WSPA, por sus siglas en inglés.

Desde su fundación, en 1982 jamás ha tenido, ni tiene, ningún tipo de apoyo económico de ningún organismo o institución oficial o gubernamental. Su financiamiento procede principalmente del producto de sus consultorios veterinarios y las cuotas aportadas por los socios voluntarios.

Sus ingresos económicos son limitados. Los aspectos prioritarios de inversión de Aproa son costear el mantenimiento de sus albergues y consultorios, la manutención de los animales que están en tránsito y la dotación de insumos médicos para la atención veterinaria interna. Ocurre que es poca disponibilidad de recursos económicos para invertir en social media, pese a que este elemento es determinante en la promoción y fortalecimiento de su gestión.

2.5.2. Misión y Visión de Aproa

Misión: Procurar y garantizar la protección y defensa de los animales de toda acción humana, ambiental, natural, química, gubernamental y/o cualquiera otra en general que podrían perjudicar su vida, desarrollo y bienestar bien sea en condiciones domesticas o salvajes.

Visión: Promover y difundir labores, acciones, mensajes y recursos que contribuyan a la protección animal en ámbitos ciudadanos, gubernamentales e institucionales para procurar siempre la defensa de estos seres que no tienen voz para defenderse a sí mismos.

2.5.3 Propósitos y Actividades de Aproa

Entre sus principales propósitos, se ocupa de las siguientes actividades:

- Promover la aprobación de leyes y ordenanzas de protección animal.
- Supervisar su cumplimiento y atender denuncias de maltrato animal.
- Proporcionar salud y hogar a las mascotas que lo requieran y, en caso de necesidad, eutanasia a los animales que lo requieran, en sus consultorios veterinarios y retenes de animales.
- Promover la formación de otras asociaciones de protección animal en todo el país.
- Desarrollar programas de esterilización y vacunación gratuitas en zonas donde no existe ningún tipo de asistencia a los animales.
- Divulgar a través de avisos y notas de prensa, charlas humanitarias en escuelas y liceos, folletos, afiches y conferencias, las diversas formas de maltrato que se cometen contra los animales, tratando de concienciar a la opinión pública para su protección.
- Promover la adopción de mascotas en situación de calle o abandono en hogares que se ocupen de cuidarlos responsablemente.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

1. Consideraciones Generales

Toda investigación requiere hilar los elementos abordados, los objetivos planteados y el propósito definido, estructurando convenientemente las relaciones existentes entre estos, de modo que el contexto investigativo reúna condiciones de verificación, precisión y validez. Esto solo es posible mediante el establecimiento de procedimientos y técnicas de carácter metodológico, con los cuales se apunte a desarrollar la exploración en una dirección pertinente y cónsona con los fines propuestos. En este apartado se reseña el proceso metodológico empleado para este Trabajo de Grado.

2. Nivel de la Investigación

El trabajo se ubica en la modalidad de Investigación Proyectiva, a nivel general. Hurtado (2008) explica que las investigaciones proyectivas proponen soluciones a situaciones determinadas partiendo de un proceso de indagación, implicando la exploración y descripción de la problemática detectada, así como la explicación y propuesta de alternativas que supongan un cambio a esa circunstancia. En este sentido, no incluye necesariamente la ejecución de la propuesta, principalmente cuando se trata de un proyecto factible como es el caso de la tipificación de esta de investigación.

3. Tipo de Investigación

De acuerdo con el problema de investigación abordado, se plantea la oportunidad de concretar un enlace entre la Coordinación de Pasantías y el Servicio Comunitario de la ECS-UCV y la Asociación Pro-Defensa de Animales. Se trata de un convenio, cuya finalidad es proveer de un espacio práctico-académico en común, que permita fortalecer el quehacer y los propósitos de ambas instituciones mediante una alianza. Teniendo en cuenta que se trata de una propuesta en función de los objetivos planteados, este trabajo se enmarca en el tipo de investigación denominado Proyecto Factible.

La modalidad investigativa Proyecto Factible, es conceptualizada por Ballestrini (2006) como: "...una proposición sustentada en un modelo operativo factible, orientado a resolver un problema planteado o a satisfacer necesidades en una Institución o campo e interés nacional".

De acuerdo con la definición de Hurtado (2008) un proyecto factible se trata de la elaboración de una propuesta o modelo, en respuesta a un problema o necesidad de tipo práctico, bien sea de un grupo social, de una institución o en un área particular del conocimiento.

Mientras que el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales de la UPEL (2006) conceptualiza el Proyecto Factible como aquella investigación que "elabora y desarrolla una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos.

A partir de estas definiciones, se hace evidente la factibilidad de la investigación desarrollada en función de cubrir una necesidad detectada en las limitaciones económicas de Aproa, las cuales se traducen en una carencia de recursos para costear personal en funciones de Community Manager. Dicha demanda, encuentra una respuesta conveniente en la responsabilidad social contenida en el marco jurídico del Servicio Comunitario y en las actividades contempladas para Pasantías, ya que conjuntamente, amplían el ámbito de acción comunitaria que ha caracterizado a la Escuela de Comunicación Social de la UCV, al unir esfuerzos con otras instancias con fines sociales. Todo esto, conduce a la elaboración de una propuesta viable en el ámbito académico, así como en su ejecución práctica en las actividades inherentes a la naturaleza de cada instancia participante.

El Manual de la UPEL expone que un trabajo bajo la tipificación de Proyecto Factible comprende tres etapas generales, como lo son: el diagnóstico, la fase

analítica sobre la viabilidad del proyecto y por último, el planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, con su respectivo procedimiento metodológico. En virtud de ello, se implementaron las fases en el proceso investigativo.

Inicialmente, se aplicó un diagnóstico de la situación existente en los ámbitos correspondientes de las instituciones involucradas. Es mediante este diagnóstico que se puso de manifiesto las necesidades y contexto real de las instancias participantes. Se realizaron actividades referidas a analizar las condiciones de Aproa a nivel de Social Media, detectando así sus requerimientos comunicacionales. De igual forma se hizo la correspondiente revisión de las condiciones académicas y normativas que maneja la ECS-UCV para implementar este tipo de acuerdo.

En la siguiente fase, se implementaron actividades y estrategias dirigidas a verificar la factibilidad de la propuesta creada. Mediante una consulta a la comunidad estudiantil de la ECS-UCV, se pudo detectar el interés en la proposición y la intención de participación. Al mismo tiempo se cumplió con parte de las exigencias previstas en la Ley del Servicio Comunitario para la generación de un proyecto formal, que se derive posteriormente de este plan.

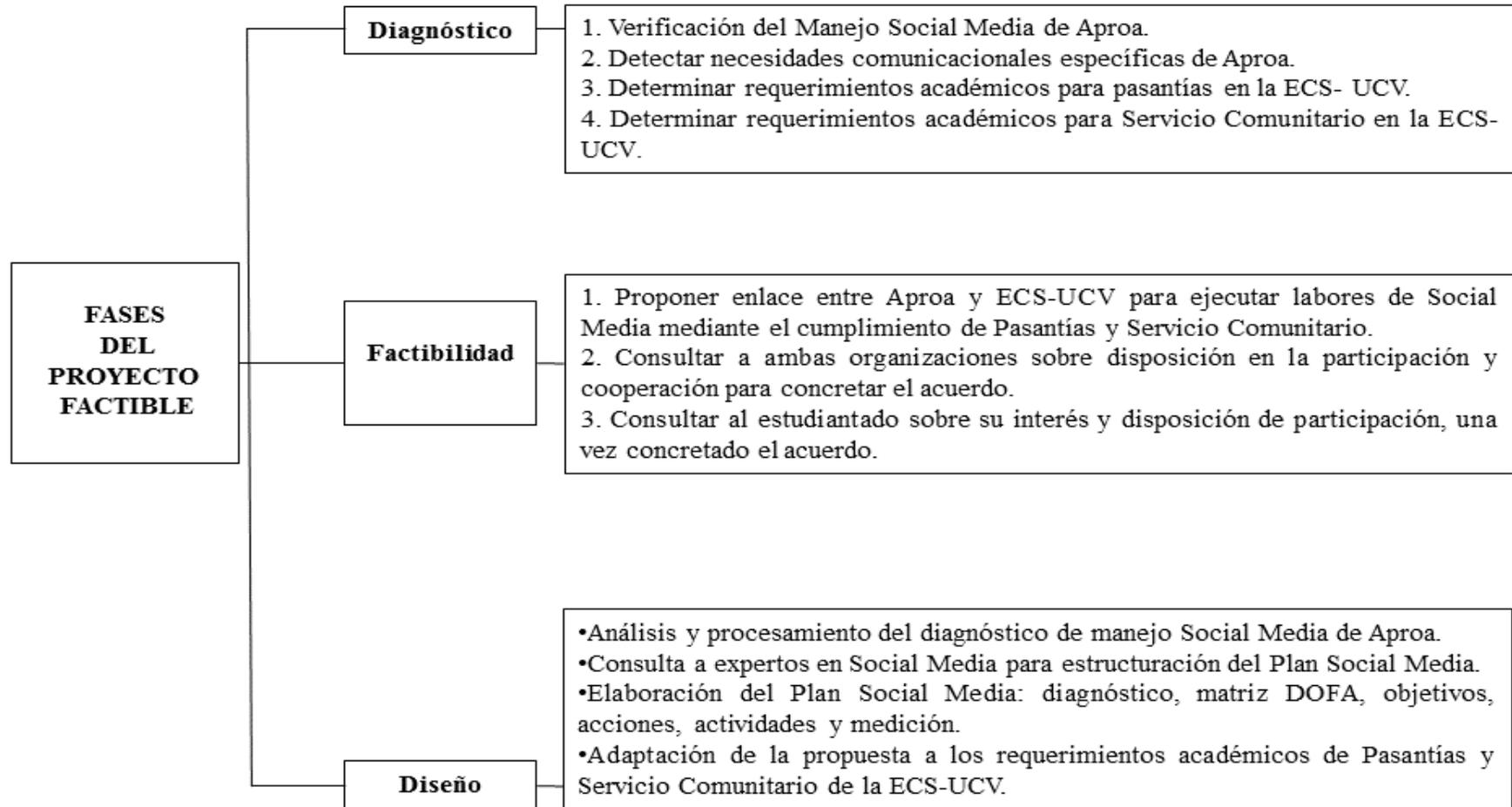
Finalmente, se formuló operativamente la propuesta de alianza estratégica en atención a satisfacer las necesidades de personal para el manejo de Social Media de Aproa y un espacio permanente para el cumplimiento del Servicio Comunitario y Pasantías de la ECS-UCV. El diseño estuvo dirigido a resolver las mellas en el abordaje en Social Media de la organización y orientada a los requerimientos académicos y procedimentales dictaminados por la ECS-UCV. El plan fue validado con una consulta a expertos y especialistas en el área.

A continuación se expone la estructura organizacional propia de esta investigación, distribuida en fases y enfocada en actividades consecuentes con el alcance de los objetivos.

3.1 Estructura Organizacional de la Investigación

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA INVESTIGACIÓN

Actividades orientadas el logro de los Objetivos de la Investigación



4. El Diseño de la Investigación

Una investigación responde a un diseño que delimite sus objetivos adecuadamente, a un plan bien específico que guie la recolección de los datos, como indica Ballestrini (2006). Esta autora concibe al diseño de la investigación como: “el plan global que integra de un modo coherente y adecuadamente correctas técnicas de recogida de datos a utilizar, análisis previsto y objetivos” (Pág. 131). Concluyendo así con que la intención del diseño, es dar una respuesta precisa, no ambivalente, a las preguntas planteadas en la investigación.

La investigación propuesta obedece a los principios de la investigación no experimental, en la cual no han de plantearse hipótesis. Se trata de un estudio exploratorio, descriptivo y diagnóstico, como lo define Ballestrini (2006), sin dar lugar para la experimentación, ni manipulación de variables. En estos casos se enmarcan, especialmente, los proyectos factibles.

En este particular, cabe retomar que esta investigación se formuló en función de la pregunta de investigación ¿Será factible la implementación de un Plan Social Media para Aproa a ser ejecutado por los estudiantes de la ECS-UCV mediante un convenio entre ambas instituciones? No se traza hipótesis, ni experimentación, ni manipulación de variable alguna. Es un estudio más bien descriptivo y analítico.

5. Población de Estudio

Un elemento fundamental a definir dentro del marco metodológico, consiste en la delimitación de la población o universo de estudio. Hurtado (2008) la define como “el conjunto de seres que poseen las características o eventos a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión. También acota que son aquellas unidades de estudio que se abordan y que pueden ser personas, cosas, regiones, instituciones, documentos, plantas, animales y/o productos inherentes al objeto de estudio.

Por su parte, Ballestrini (2006) aclara que desde el punto de vista estadístico, la población está referida a cualquier conjunto de elementos, sobre los cuales se

procura indagar y poner de manifiesto sus características. Exponiendo, que para la demarcación de la población es necesario implantar las unidades de análisis de sujetos u objetos a ser estudiados y medidos. Siendo así, no tiene que estar representados exclusivamente en individuos o personas. La población bien podría ser tipificada en instituciones, animales y objetos físicos. En consecuencia, lo fundamental es pautar las unidades de análisis que constituyen la población y delimitarla para que sea posible generalizar sobre éstas los resultados.

Ballestrini (2006) sugiere delimitar la población en función del problema y de los objetivos de la investigación, para determinar si con su estudio es posible generalizar los resultados. Una vez determinada la población conviene verificar si es de naturaleza estadística o si se refiere a una unidad de análisis en particular como un objeto o institución. En atención a ello, en la presente investigación, están implicadas los dos tipos de poblaciones sugeridos por la autora y se presentan a continuación:

1. Instituciones involucradas en la propuesta, como unidades de análisis sujetas a observación:
 - a. Coordinación de Pasantías y Coordinación de Servicio Comunitario de la CS-UCV. Estas unidades se estudiaron mediante una revisión del marco legal que las rige y una entrevista a una fuente viva -el prof. Juan Carlos Rosillo- quien actualmente coordina las dos instancias vinculantes a esta investigación.
 - b. Dirección de Aproa. Abordada mediante la observación y la consulta a una fuente viva -la Lic. Cristina Camilloni-. En este caso se entrevistó a la Directora de Aproa, como encargada oficial de coordinar todo lo referido al manejo digital de la organización, pues no posee un departamento especializado en el desempeño de estas funciones.
2. Estudiantes de la ECS-UCV que cursen entre el 5to y el 9no semestre, quienes no hayan cumplido todavía el Servicio Comunitario y Pasantías.

Escogidos como población, puesto que si llegara a concretarse el acuerdo entre la ECS-UCV planteado en la propuesta, serían ellos quienes podrían ejecutarlo. En este caso, la población si aplica la delimitación de una muestra para la aplicación de un instrumento.

6. La Muestra

En relación con la Muestra, Ballestrini (2006) desarrolla el siguiente concepto: “La muestra es, en esencia un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.”

La muestra es una selección de parte de una población grande o inaccesible en su totalidad. Aclarando que para su escogencia deben atenderse criterios dependiendo del tamaño de la muestra y la forma de elegir los elementos que la integran, conocidas como técnicas de muestreo (Hurtado, 2008).

La selección de la muestra para la población contemplada en la presente investigación se seleccionó de los estudiantes de la ECS-UCV que están cursando entre el quinto (5to) y el noveno (9no) semestre, al momento de la investigación y de la aplicación de los instrumentos (abril 2015). Se abordó de esta manera, atendiendo a que las pasantías pueden realizarse desde el quinto (5to) hasta el noveno (9no) semestre. El cumplimiento del Servicio Comunitario también oscila entre estos semestres, ya que los estudiantes deben contar con al menos 121 unidades de crédito aprobadas para efectuarlo.

Para determinar la cantidad total de estudiantes de la ECS-UCV entre los semestres delimitados, se solicitó ante la Coordinación Académica de la Escuela, en la persona del Coordinador Académico, Prof. Fernando Rojas, el listado correspondiente de inscritos. Una vez obtenida la Matricula Estudiantil por Periodo, Ubicación y Sexo del Período Académico 2015-01S (Anexo A) se fijó que la población total la integran 490 estudiantes, formalmente inscritos en el

Período Académico 2015-01, que cursan entre el 5to (quinto) y el 9no (noveno) semestre.

Siendo así, se seleccionó la muestra, mediante la técnica de muestreo no probabilístico, con el cual según Kerlinger & Lee (2002), se utilizarán las muestras que se tengan a mano, con los participantes que reúnan las características necesarias.

El criterio de inclusión, fue la conveniencia y el juicio del investigador, por ser el método más funcional dada la naturaleza de la investigación. De acuerdo con Salamanca (2007) en el muestreo por conveniencia se suele utilizar, una muestra que el investigador considere útil para los fines de la investigación, considerando que es un método fácil, eficiente y económico. Según Mejía (2000) el muestreo por juicio es un procedimiento que consiste en la selección de las unidades partiendo únicamente de elementos conceptuales de acuerdo a los principios de representatividad estructural. Es decir, las variables que demarcan la composición de la muestra se definen teóricamente por el investigador.

De este modo, se escogió al 25% de los estudiantes de la población circunscrita, cubriendo así al menos la cuarta parte, de la totalidad de estudiantes que podría participar en el proyecto. Siendo 123 los estudiantes a quienes se les realizó una encuesta para medir principalmente su intención de incorporarse, en caso de que se concrete el convenio entre la ECS-UCV y Aproa.

7. Los Instrumentos de Recolección de la Información

Toda investigación llevada a cabo en cualquier campo del conocimiento, requiere de métodos e instrumentos, que validen su ejecución. En este sentido, Sabino (2002) concibe a los instrumentos de recolección de datos, como cualquier recurso que implementa el investigador, para aproximarse a los fenómenos y extraer información de los mismos.

De acuerdo con Arias, (1999) las técnicas de recolección de datos “son las distintas formas o maneras de obtener la información” y define a los instrumentos implementados como “los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información”

La investigación se sustentó en una implementación mixta de técnicas e instrumentos para recabar los datos precisados. Se emplearon la observación, la entrevista, la encuesta como métodos de recolección de la información, para diagnosticar e identificar el contexto real del problema abordado y poder diseñar la propuesta para solucionarlo.

Para la elaboración de los distintos instrumentos nombrados se realizó la operacionalización de las variables correspondiente.

7.1 Operacionalización de las Variables presente en los Instrumentos de Recolección de la Información

Ballestrini (2006) propone que los estudios que incluyen diagnósticos, entre otros, requieren localizar explícitamente las variables a ser estudiadas. Definiendo a la variable como un aspecto o dimensión de un objeto, que adquiere diferentes valores y por lo tanto varía. Dichas variables deben seguir un proceso lógico de ordenamiento, al que denomina operacionalización de las variables. Para ello debe hacerse una definición real que le otorgue una denominación, enumeras sus dimensiones y seleccionar sus indicadores.

Este procedimiento se plasmó partiendo primordialmente de los objetivos específicos, cada variable se desglosó en dimensiones, que a su vez se estipulan en indicadores. De manera que se generan ítems fijados en los instrumentos y/o técnicas de recolección de la información para abordarlos. Basado en este proceso de ordenación, seguidamente se presenta la operacionalización de las variables constituida en este estudio.

Cuadro1. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 1. Diagnosticar situación actual del manejo del Social Media de Aproa para detectar necesidades comunicacionales específicas de Aproa a nivel de Social Media.				
Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento/Técnica	Ítems
<p>Manejo Social Media Aproa</p> <p>Es considerado en términos de la capacidad de dirección de una institución de su imagen digital en RRSS y Web.</p>	<p>Contenidos Publicados</p> <p>Frecuencia de Publicación</p>	<p>Informativos</p> <p>De gestión institucional</p> <p>Periodicidad</p> <p>Inmediatez</p> <p>Pertinencia</p>	<p>Guía de Observación</p>	<p>1. ¿Publican nuevos contenidos frecuentemente?</p> <p>2. ¿Publican contenidos informativos?</p> <p>3.¿Publican contenidos institucionales? (Difusión de valores, misión y visión)</p> <p>4. ¿Enlazan los contenidos publicados en RRSS con su portal Web?</p> <p>1. Periodicidad de las publicaciones:</p> <p>2. Pertinencia de las publicaciones en función de la agenda de la organización:</p> <p>3. Tiempo de respuesta a los requerimientos de su comunidad digital</p>

Cuadro 2. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 1. Diagnosticar situación actual del manejo del Social Media de Aproa para detectar necesidades comunicacionales específicas de Aproa

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento/Técnica	Ítems
<p>Manejo Social Media Aproa Es considerado en términos de la capacidad de dirección de una institución de su imagen digital en RRSS y Web.</p>	<p>Interacción con los seguidores</p>	<p>Tiempo de Respuesta</p> <p>Características de respuesta</p>	<p>Guía de Observación</p>	<p>1. ¿Publican contenidos orientados a responder los requerimientos de su comunidad digital?</p> <p>2. ¿Responden pertinentemente los requerimientos de su comunidad digital?</p> <p>3. ¿Interactúan en atención a los comentarios de su comunidad digital?</p> <p>4. ¿Demuestran interés en atender oportunamente los requerimientos de su comunidad digital?</p>

Cuadro 3. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 1. Diagnosticar situación actual del manejo del Social Media de Aproa para detectar necesidades comunicacionales específicas de Aproa.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento/Técnica	Ítems
<p>Manejo Social Media Aproa Es considerado en términos de la capacidad de dirección de una institución de su imagen digital en RRSS y Web.</p>	<p>Valoración de la audiencia</p>	<p>Número de seguidores</p>	<p>Cuadro de Registro</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de variación mensual de seguidores. 2. ¿Incrementa el número de seguidores en sus RRSS con frecuencia? 3. ¿Se evidencia interacción asertiva por parte de su audiencia digital?

Cuadro 4. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 1. Diagnosticar situación actual del manejo del Social Media de Aproa para detectar necesidades comunicacionales específicas de Aproa

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento/Técnica	Ítems
<p>Requerimientos Comunicacionales de Aproa Elementos que demanda gestionar y necesitar priorizar la institución para gestionar oportunamente su imagen digital en RRSS y Web.</p>	<p>Misión y Visión</p> <p>Contenidos</p> <p>Recursos</p>	<p>Gestión para el cumplimiento de la Misión</p> <p>Acciones en función de alcanzar la Visión</p> <p>Elementos de Interés</p> <p>Elementos informativos</p> <p>Interacción</p> <p>Departamento</p> <p>Personal</p> <p>Equipos</p>	<p>Entrevista</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo define el manejo actual de la Web y Redes Sociales de la organización? 2. ¿Es importante para cumplir la Misión y alcanzar la Visión de Aproa el manejo de sus Redes Sociales? ¿Por qué? 3. ¿Quién o qué departamento dentro de la organización se encarga del manejo de Redes Sociales y Web? ¿Cuáles son los aspectos más importantes que desea destacar en sus contenidos en Redes Sociales y Web? 4. ¿Concibe algunas limitaciones en el manejo de Redes Sociales y Web? ¿Cuáles? 5. ¿Cuál ha sido su experiencia con estudiantes cumpliendo pasantías y servicio comunitario en la organización?

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento/ Técnica	Ítems
				<p>5. ¿Qué puede aportar la ECS-UCV en función de facilitar la ejecución de este acuerdo?</p> <p>6. ¿Qué espera recibir la ECS-UCV si se concreta este convenio?</p> <p>7. ¿Cuál ha sido su experiencia con estudiantes cumpliendo pasantías y servicio comunitario en la organización?</p> <p>8. ¿Han desarrollado alguna actividad institucional que involucre estudiantes de la ECS-UCV? De ser afirmativa su respuesta: ¿Cómo ha sido la experiencia?</p> <p>9. ¿Considera factible un acuerdo/convenio entre la ECS-UCV y Aproa para potenciar la ejecución y desarrollo de la imagen de la organización en Redes Sociales y Web?</p> <p>10. ¿Cuáles serían las condiciones que propondría su organización para el desarrollo de este acuerdo?</p>

Cuadro 7. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 4. Elaborar una propuesta de acciones de Social Media para Aproa basada en el convenio entre esta Institución y la ECS-UCV.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento/Técnica	Ítems	
<p>Diseño de la propuesta de Plan Social Media para Aproa</p> <p>Se trata de la elaboración del Plan Social Media basada en el convenio entre esta Institución y la ECS-UCV, atendiendo el ámbito académico en el cual debe cumplirse.</p>	Diagnóstico	Presencia en RRSS	Registro de Observación	<p>1. ¿Considera que una asociación sin fines de lucro debe tener un Plan Social Media? Si___ No___¿Por qué?</p> <p>2. Si esta asociación trabaja en Pro-Defensa de los Derechos de los animales ¿Aumenta o disminuye la necesidad de contar con un Plan Social Media? ¿Por qué?</p> <p>3. ¿Conoces a la Asociación Pro-Defensa de los Animales (Aproa)? Si___No___</p> <p>4. Como experto en el área Social Media ¿Cómo percibe el manejo de Aproa en el entorno digital y las Redes Sociales en la actualidad?</p>	
	Matriz FADO	Manejo Web			Contenidos
		Fortalezas			Consulta a Expertos en Social Media
		Amenazas			
		Debilidades			
	Objetivos	Oportunidades	Objetivo General		
		Acciones	Objetivos Específicos		
			Actividades y estrategias		
			Medición		

Cuadro 8. Operacionalización de Variables Objetivo Específico: 4. Elaborar una propuesta de acciones de Social Media para Aproa basada en el convenio entre esta Institución y la ECS-UCV.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento/Técnica	Ítems
				<p>5. En su opinión ¿Cuáles serían los aspectos fundamentales en el diseño de un Plan Social Media para Aproa?</p> <p>6. Aproa es una asociación sin fines de lucro con limitaciones económicas para invertir en Social Media. ¿Qué acciones sugiere para costear la ejecución de un Plan Social Media?</p> <p>7. Una vez establecido el Plan Social Media ¿Considera conveniente que sea ejecutado por estudiantes de Comunicación Social en el cumplimiento de Pasantías y Servicio Comunitario? Si____ No____ ¿Por qué?</p>

Como se puede observar en la tabla expuesta, cada variable responde a un objetivo de la investigación en particular. Es por ello que se manejaron conjuntamente en la revisión general, para que todos los factores implícitos en los objetivos fueran considerados oportunamente en el desarrollo del trabajo. Ahora bien, como cada uno obedece a etapas diferentes de la investigación, se incluirán justamente en la fase que correspondan.

La formulación de los instrumentos en este proyecto se manejó bajo una doble funcionalidad:

Primero, para detectar y describir la problemática que diera lugar a una propuesta factible se utilizó la entrevista y la encuesta.

Segundo, para cubrir requerimientos propios del diseño de la propuesta, se empleó la observación y la consulta a expertos.

7.2 Formulación de los Instrumentos de Recolección de Datos de la Investigación

Seguidamente se presentan los instrumentos empleados para la recolección de datos en la investigación, con la debida sustentación teórica y las explicaciones correspondientes de su diseño y aplicación dependiendo de su función y objetivo previstos en el proyecto.

En lo referente a la entrevista, como proceso de comunicación verbal recíproca con el fin último de recoger información con una finalidad previamente establecida, tal y como la define Ballestrini (2006). En este caso se estructuró un cuestionario de entrevista, para obtener de boca de los representantes de ambas instituciones, la información requerida para determinar un diagnóstico apropiado y enfocar la propuesta en función de las necesidades y requerimientos que permitan una alianza pertinente y práctica. Ambas instituciones fueron las fuentes primarias de información, puesto que en Aproa se determinan las necesidades comunicacionales y en la ECS-UCV se estipulan los procedimientos y requisitos para coordinar la alianza.

Por su parte, Tamayo (2009) define la entrevista como “la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales” (Pág. 189)

La entrevista debe obedecer a una estructura y planificación previa que permita maximizar su aplicación, abordaje del entrevistado y obtención de la información precisa y requerida. Sabino (2002) acota que “El investigador formula preguntas a

las personas capaces de aportarles datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones.

En la presente investigación se efectuaron dos entrevistas avocadas a recolectar información de las unidades de estudio, como los son la Coordinación de Pasantías y Coordinación de Servicio Comunitario de la ECS.UCV y la Coordinación de Comunicaciones de Aproa. En el primer caso, se diseñó una sola entrevista en atención a que actualmente el Prof. Juan Carlos Rosillo, es encargado en simultáneo de estas coordinaciones. En función de cubrir la información requerida de ambos departamentos, además de las razones de tiempo y practicidad. Para Aproa se aplicó la entrevista a su Directora, Lic. Cristina Camilloni, debido a que la organización no cuenta con un departamento especializado para su manejo en RRSS y Web.

Seguidamente se presentan los cuestionarios para entrevistas aplicados según el caso correspondiente:

7.2.1 Entrevista a Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Proyecto de Investigación – Trabajo de Licenciatura



Estimado Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario de la ECS-UCV Prof. Juan Carlos Rosillo.

La presente entrevista tiene como objetivo recolectar información vinculante al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social. Toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. ¿Cómo es el funcionamiento actual de la Coordinación de Pasantías de la ECS-UCV?
2. ¿Cómo es el funcionamiento actual de la Coordinación de Servicio Comunitario de la ECS-UCV?
3. ¿Cuáles son las necesidades o requerimientos más significativos de ambas coordinaciones?
4. ¿Concibe algunas limitaciones en el trabajo desarrollado por ambas coordinaciones? ¿Cuáles? Especificar para cada coordinación.
5. ¿Cómo calificaría la experiencia con estudiantes cumpliendo pasantías y servicio comunitario con otras organizaciones?
6. ¿Cómo es el manejo en concreto para organizaciones sin fines de lucro o Asociaciones Civiles?
7. ¿Han tenido algún proyecto, pasantía o contacto con la Asociación Pro-Defensa de los Animales, Aproa? ¿Cómo ha sido la experiencia?
8. ¿Considera factible un acuerdo/convenio entre la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y Aproa para potenciar la ejecución y desarrollo de la imagen de la organización en Redes Sociales y Web?
9. ¿Cuáles serían las condiciones que propondría la ECS-UCV para el desarrollo de este convenio/acuerdo?
10. ¿Qué puede aportar la ECS-UCV en función de facilitar la ejecución de este convenio/acuerdo?
11. ¿Qué espera recibir la ECS-UCV si se concreta este acuerdo/convenio?

¡Muchas gracias por su participación!

7.2.2 Entrevista a Directora de Aproa



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Proyecto de Investigación – Trabajo de Licenciatura



Estimada Directora de Aproa: Cristina Camilloni.

La presente entrevista tiene como objetivo recolectar información vinculante al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social. Toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. ¿Cómo define el manejo actual de la Web y Redes Sociales de la organización?
2. ¿Es importante para cumplir la Misión y alcanzar la Visión de Aproa el manejo de sus Redes Sociales? ¿Por qué?
3. ¿Quién o qué departamento dentro de la organización se encarga del manejo de Redes Sociales y Web?
4. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que desea destacar en sus contenidos en Redes Sociales y Web?
5. ¿Concibe algunas limitaciones en el manejo de Redes Sociales y Web? ¿Cuáles?
6. ¿Cuál ha sido su experiencia con estudiantes universitarios cumpliendo pasantías y servicio comunitario en la organización?
7. ¿Han desarrollado alguna actividad institucional que involucre estudiantes de la ECS-UCV? De ser afirmativa su respuesta: ¿Cómo ha sido la experiencia?
8. ¿Considera factible un acuerdo/convenio entre la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y Aproa para potenciar la ejecución y desarrollo de la imagen de la organización en Redes Sociales y Web?
9. ¿Cuáles serían las condiciones que propondría su organización para el desarrollo de este convenio/acuerdo?
10. ¿Qué espera recibir Aproa si se concreta este acuerdo/convenio con la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela?

¡Muchas gracias por su participación!

7.2.3 Encuesta a Estudiantes de la ECS-UCV

En tercer lugar, se aplicó una encuesta a la muestra no probabilística definida para estudiantes de la ECS-UCV.

La encuesta es otra técnica de recolección de información implementada en esta investigación. Según Briones (1998) la encuesta “permite recoger información sobre las opiniones, actitudes, juicios, motivaciones, predisposiciones, entre otros, respecto a personas, situaciones o procesos sociales. Entonces la encuesta es un instrumento que se adapta a las necesidades de recolección de información previstas en los objetivos de investigación.

Por su parte, Ramos y Casanova (1998) conceptualizan a la encuesta como la obtención de información concerniente a una temática, problema o situación en específico, que habitualmente se aplica mediante la implementación de cuestionarios orales o escritos. Para Hernández, Fernández y Baptista (2003) un cuestionario agrupa un conjunto de interrogantes referidas a una o más variables en medición.

En este caso se diseñó un cuestionario escrito con preguntas cerradas, combinado con opciones de respuestas dicotómicas y simples. Siendo estas en las que se establecen previamente las opciones que podría elegir el encuestado al contestar. Instrumento empleado a propósito de medir la factibilidad de la propuesta diseñada, en términos de deseabilidad de participación e involucramiento del estudiantado, en caso de que sea formalizada.



Estimado Participante:

Esta encuesta se enmarca en un Proyecto de Investigación de Tesis de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (ECS-UCV). La información recabada se empleará únicamente con fines académicos. A continuación se presentan una serie de interrogantes, que debe responder lo más precisa y sinceramente posible. Por favor marque con una equis (X) la opción que se ajuste a su respuesta: y/o escriba con claridad.

1. Semestre que cursa:

5to:___ 6to:___ 7mo:___ 8vo:___ 9no:___

2. ¿Tienes pensado realizar pasantías como parte de tu formación académica?

Si___ No___

3. ¿En cuál área de la Comunicación Social te gustaría realizar tus pasantías? Por favor seleccione solo una opción, aquella que represente mejor su preferencia.

Prensa Escrita: _____ Radio: _____ Televisión: _____ Social Media: _____

Comunicación Corporativa: _____ Publicidad: _____ Relaciones Públicas: _____

Otras: _____ Indique: _____

4. ¿Conoces los Proyectos de Servicio Comunitario que actualmente ofrece la ECS?

Si___ No___

5. ¿En cuál área de la Comunicación Social preferirías cumplir el Servicio Comunitario? Por favor seleccione solo una opción, aquella que represente mejor su preferencia.

Prensa Escrita: _____ Radio: _____ Televisión: _____ Social Media: _____

Comunicación Corporativa: _____ Publicidad: _____ Relaciones Públicas: _____

Otras: _____ Indique: _____

6. Si la ECS ofrece un Proyecto de Servicio Comunitario y Pasantías con una Asociación Protectora de Animales. ¿Participarías?

Si___ No___

7. ¿Conoces a la Asociación Pro-Defensa de los Animales (Aproa)?

Si___ No___

8. Si la ECS-UCV apertura un convenio para cumplir Pasantías y Servicio Comunitario en Social Media con Aproa ¿Participarías?

Si___ No___

¡Muchas gracias por su participación!

7.3 Validación de los Instrumentos de Recolección de Datos

La validez está referida a la aceptación, coherencia y pertinencia que posea un instrumento con la medición de aquello que se propone medir. En esta investigación se usó la validación de contenido, que es definida por Kerlinger (1996) como “la representatividad a la adecuación muestral del contenido de un instrumento de medición” (p. 7). Entre tanto, Hernández y otros, proponen que se refiere al “grado de contenido en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide”

Los materiales de recolección de información fueron validados por expertos especializados en Metodología de la Investigación.

Siendo los expertos consultados, los siguientes:

1. Prof. Rubén Peña

Profesor de Metodología de la Investigación.

Escuela de Comunicación Social – Universidad Central de Venezuela.

Doctorado en Ciencias Sociales.

Programa en Ciencias Sociales- CEAP- FACES- UCV

2. Prof. Daniel Viso

Ex Profesor de Metodología de la Investigación.

Escuela de Comunicación Social – Universidad Central de Venezuela.

3. Prof. José Humberto Larez.

Profesor de Investigación Educativa y Fase de Proyecto.

Doctorado en Educación e Investigación

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Instituto Pedagógico de Caracas.

Los instrumentos fueron validados mediante una pauta de evaluación que se anexó a cada uno, a fin de facilitar la ejecución de su apreciación y opinión del instrumento correspondiente por parte de los expertos. El instrumento de evaluación, consignó información relevante de la investigación que suministró los datos necesarios, como para hacer una evaluación pertinente y sustentada.

Los principales elementos incluidos en la validación fueron los siguientes, y se mencionan con su respectiva definición del Diccionario de la Real Academia Española:

Pertinencia: Cualidad de pertinente.

Pertinente: **1.** adj. Perteneciente o correspondiente a algo. **2.** adj. Que viene a propósito.

Adecuación: Acción y efecto de adecuar. **Adecuar:** **1.** tr. Proporcionar, acomodar, apropiar algo a otra cosa.

Cohesión: 1. f. Acción y efecto de reunirse o adherirse las cosas entre sí o la materia de que están formadas.

Coherencia: f. *Ling.* Estado de un sistema lingüístico o de un texto cuando sus componentes aparecen en conjuntos solidarios

Adaptación: **1.** f. Acción y efecto de adaptar o adaptarse. **Adaptar:** **1.** tr. Acomodar, ajustar algo a otra cosa.

Formalidad: **1.** f. Exactitud, puntualidad y consecuencia en las acciones.

2. f. Cada uno de los requisitos para ejecutar algo.

7.3.1 Instrumento de Validación de los Instrumentos de Recolección de Datos
El instrumento de validación se adjunta a continuación:



Estimado(a) Profesor(a): El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social. Toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

A continuación se presentan los aspectos vinculantes de la investigación, que le permitirán tener la información necesaria para evaluar oportunamente.

Título: Diseño de un Plan Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio entre ambas Instituciones.

Objetivos:

Objetivo General: Diseñar un Plan de Social Media para APROA a ser ejecutado por estudiantes de la ECS-UCV mediante una propuesta de enlace entre ambas instituciones para el cumplimiento de Pasantías Académicas y Servicio Comunitario.

Objetivos Específicos:

1. Diagnosticar situación actual del manejo del Social Media de Aproa para detectar necesidades comunicacionales específicas de la institución.
2. Determinar los requerimientos académicos de la ECS-UCV para la ejecución de Pasantías y Servicio Comunitario.
3. Medir la factibilidad de la propuesta de enlace entre Aproa y ECS-UCV para ejecutar labores de Social Media mediante el cumplimiento de Pasantías y Servicio Comunitario.
4. Elaborar una propuesta de acciones de Social Media para Aproa basada en el convenio entre esta institución y la ECS-UCV.

Seguidamente, se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Ítems	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia					
Adecuación					
Cohesión					
Coherencia					
Adaptación					
Formalidad					

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Ítems	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?			
¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?			
¿Las preguntas son precisas?			
¿Las preguntas siguen un orden coherente?			
¿La cantidad de preguntas es suficiente?			
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?			

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si ____ No ____ . ¿Por qué? _____

4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?

Si ____ No ____ . Por qué? _____

Observaciones: _____

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	
Grado Académico	
Mención	
Institución	
Cargo	

¡Muchas gracias por su participación!

7.4 Resultados de la Validación de los Instrumentos de Recolección de la Información

A continuación se presentan los resultados de la validación aplicada por expertos en metodología a los instrumentos de recolección de la información. Primero, se presenta la evaluación trazada sobre el cuestionario de entrevista dirigido a recabar la información correspondiente a las instituciones participantes en la propuesta. Luego se presenta la revisión a la encuesta aplicada a los estudiantes de la ECS-UCV. Los cuadros mostrados reflejan la evaluación definitiva de los expertos, sin embargo se hace acotaciones de aquellos aspectos que aconsejaron modificar, en el proceso de validación, a fin de obtener una valoración satisfactoria de estos instrumentos.

7.4.1 Resultados de la Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV.

Seguidamente, se presenta en un cuadro resumen las respuestas de los expertos al validar la Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV (Anexo B).

Cuadro 9.

Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV						
Expertos	Pregunta. 1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:					
	Ítems	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni .inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Prof. Rubén Peña	Pertinencia		X			
	Adecuación		X			
	Cohesión		X			
	Coherencia		X			
	Adaptación		X			
	Formalidad		X			
Prof. Daniel Viso	Pertinencia	X				
	Adecuación	X				
	Cohesión	X				
	Coherencia	X				
	Adaptación	X				
	Formalidad	X				
Prof. José Larez	Pertinencia		X			
	Adecuación		X			
	Cohesión		X			
	Coherencia		X			
	Adaptación		X			
	Formalidad		X			

Cuadro 10.

Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV			
Expertos	Pregunta. 2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.		
	Ítems	Si	No
Prof. Rubén Peña	¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Las preguntas son precisas?	X	
	¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X	
	¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X	
	¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X
Prof. Daniel Viso	¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Las preguntas son precisas?	X	
	¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X	
	¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X	
	¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X
Prof. José Larez	¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Las preguntas son precisas?	X	
	¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X	
	¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X	
	¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X

Cuadro 11.

Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV			
Expertos	Pregunta. 3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos?		
	Si	No	¿Por qué?
Prof. Rubén Peña	X		Es suficiente para obtener la información mínima necesaria para el cumplimiento del primer objetivo específico declarado.
Prof. Daniel Viso	X		Se ajusta a las características de una entrevista formal.
Prof. José Larez	X		Mantiene el diseño propio de una entrevista.

Cuadro 12.

Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV			
Expertos	Pregunta. 4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?		
	Si	No	¿Por qué?
Prof. Rubén Peña	X		Considero que la información mínima que arrojará, permitirá al investigador evaluar debilidades, fortalezas y necesidades de Aproa en cuanto al empleo de las redes sociales.
Prof. Daniel Viso	X		Se ajusta de manera oportuna, porque permite verificar la necesidad comunicacional de APROA, la disposición de participar de ellos y de la Escuela de Comunicación Social también.
Prof. José Larez	X		Porque prevé interrogantes e ítems para las variables que abarca la instrumentación de la entrevista.

Cuadro 13.

Validación de Entrevista al Coordinador de Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV	
Expertos	Pregunta. 5. Observaciones
Prof. Rubén Peña	No acota.
Prof. Daniel Viso	Es muy importante que la aplicación del instrumento en forma verbal vaya acompañada de la pericia del investigador para encaminar las respuestas de manera favorable a la información que se pretende recolectar.
Prof. José Larez	No acota.

7.4.2 Resultados de la Validación de Entrevista a Directora de Aproa.

Seguidamente, se incluye los aspectos más relevantes de la evaluación de los expertos a la Entrevista a Directora de Aproa (Anexo C).

Cuadro 14.

Validación de Entrevista a Directora de Aproa						
Expertos	Pregunta. 1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:					
	Ítems	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Prof. Rubén Peña	Pertinencia		X			
	Adecuación		X			
	Cohesión		X			
	Coherencia		X			
	Adaptación		X			
	Formalidad		X			
Prof. Daniel Viso	Pertinencia	X				
	Adecuación	X				
	Cohesión	X				
	Coherencia	X				
	Adaptación	X				
	Formalidad	X				
Prof. José Larez	Pertinencia	X				
	Adecuación	X				
	Cohesión		X			
	Coherencia		X			
	Adaptación		X			
	Formalidad		X			

Cuadro 15.

Validación de Entrevista a Directora de Aproa			
Expertos	Pregunta. 2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.		
	Ítems	Si	No
Prof. Rubén Peña	¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Las preguntas son precisas?	X	
	¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X	
	¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X	
	¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X
Prof. Daniel Viso	¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Las preguntas son precisas?	X	
	¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X	
	¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X	
	¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X
Prof. José Larez	¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Las preguntas son precisas?	X	
	¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X	
	¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X	
	¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X

Cuadro 16.

Validación de Entrevista a Directora de Aproa			
Expertos	Pregunta. 3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos?		
	Si	No	¿Por qué?
Prof. Rubén Peña	X		Es suficiente para obtener la información mínima necesaria para el cumplimiento del primer objetivo específico declarado en la investigación.
Prof. Daniel Viso	X		Se adapta adecuadamente.
Prof. José Larez	X		Mantiene el estilo característico de la entrevista.

Cuadro 17.

Validación de Entrevista a Directora de Aproa			
Expertos	Pregunta. 4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?		
	Si	No	¿Por qué?
Prof. Rubén Peña	X		Considero que la información mínima que arrojará, permitirá al investigador evaluar debilidades, fortalezas y necesidades de Aproa en cuanto al empleo de las redes sociales.
Prof. Daniel Viso	X		Creo que para cumple con el objetivo de detectar las necesidades de la organización para desarrollar el plan de Social Media.
Prof. José Lares	X		Considera los elementos necesarios para determinar la necesidad de Aproa y cómo enfocarla efectivamente en un plan de acción para mejorarla.

Cuadro 18.

Validación de Entrevista a Directora de Aproa	
Expertos	Pregunta. 5. Observaciones
Prof. Rubén Peña	Se sugiere la siguiente redacción, para mejorar la efectividad de la pregunta 7. ¿Han desarrollado alguna actividad institucional que involucre estudiantes de la ECS-UCV? De ser afirmativa su respuesta: ¿Cómo ha sido la experiencia?
Prof. Daniel Viso	Vale precisar a fondo en la aplicación de la entrevista lo que Aproa consideraría éxito en social media para solventar su insuficiencia comunicacional.
Prof. José Larez	No acota.

En cuanto a las entrevistas, se puede ver que en líneas generales los expertos mantuvieron una estimación favorable. Hicieron acotaciones de forma y redacción para preguntas en particular, así como el orden en el cual debían ser presentadas. Sugirieron que ambas entrevistas fuesen aplicadas personalmente a fin de precisar e indagar la información requerida de la manera más rigurosa posible. Todas sus observaciones fueron aplicadas y las entrevistas efectivamente fueron presenciales.

7.4.3 Resultados de la Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV

Seguidamente, se adjunta los elementos destacados en la evaluación ejecutada por los expertos a las encuestas aplicadas a los estudiantes de la ECS-UCV. (Anexo D)

Cuadro 19.

Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV						
Expertos	Pregunta. 1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:					
	Ítems	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Prof. Rubén Peña	Pertinencia		X			
	Adecuación		X			
	Cohesión		X			
	Coherencia		X			
	Adaptación		X			
	Formalidad		X			
Prof. Daniel Viso	Pertinencia		X			
	Adecuación	X				
	Cohesión	X				
	Coherencia		X			
	Adaptación		X			
	Formalidad	X				
Prof. José Larez	Pertinencia		X			
	Adecuación		X			
	Cohesión		X			
	Coherencia		X			
	Adaptación		X			
	Formalidad		X			

Cuadro 20.

Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV			
Expertos	Pregunta. 2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.		
	Ítems	Si	No
Prof. Rubén Peña	¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Las preguntas son precisas?	X	
	¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X	
	¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X	
	¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X
Prof. Daniel Viso	¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Las preguntas son precisas?	X	
	¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X	
	¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X	
	¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X
Prof. José Larez	¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X	
	¿Las preguntas son precisas?	X	
	¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X	
	¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X	
	¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X

Cuadro 21.

Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV			
Expertos	Pregunta. 3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos?		
	Si	No	¿Por qué?
Prof. Rubén Peña	X		Cumple con los elementos que debe tener una encuesta.
Prof. Daniel Viso	X		Se adapta adecuadamente a la estructura de una encuesta.
Prof. José Larez	X		Es formal en cuanto a redacción y desarrollo que debe tener una encuesta.

Cuadro 22.

Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV			
Expertos	Pregunta. 4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?		
	Si	No	¿Por qué?
Prof. Rubén Peña	X		Intenta verificar si los pasantes y estudiantes de la ECS- UCV se van a integrar al diseño del plan.
Prof. Daniel Viso	X		Porque permitirá identificar si los estudiantes quieren participar, si les interesa la temática, eso es determinante para que sea posible aplicarla.
Prof. José Larez	X		Porque permitirá recolectar información necesaria para el diagnostico y la factibilidad de la propuesta que están diseñando.

Cuadro 23.

Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV	
Expertos	Pregunta. 5. Observaciones
Prof. Rubén Peña	Las instrucciones del instrumento se adaptan a la complejidad de las preguntas. La redacción de las preguntas se adapta a la complejidad discursiva del estudiante promedio de la ECS-UCV.
Prof. Daniel Viso	Se podría verificar el nivel de manejo de social media de los encuestados. Puede ser algo sencillo con una sola pregunta, si tienen a bien incluirlo, es una sugerencia.
Prof. José Larez	No acota.

En el caso de la encuesta dirigida los estudiantes de la ECS-UCV, los expertos sugirieron para su presentación definitiva que los alumnos en las preguntas 3 y 5 seleccionaran solo un área de interés para el cumplimiento del Servicio Comunitario y las Pasantías. De modo que, se pueda determinar aquella que escogiese la mayoría para cada caso en particular. Al mismo tiempo quedaría en evidencia el orden de preferencia del estudiantado de manera global. Si seleccionaban varias, sin ningún orden específico, sería muy complejo determinar cual elegirían como primera opción de todas las que marcaron, y haría más engorrosa la tabulación del cuestionario, con una información que no era sustancial para la investigación. Además, que de cualquier manera al momento de cumplir con estos procesos académicos el estudiante siempre optará solo por un área en específico. Esta recomendación fue aprovechada para ambas preguntas y el instrumento que se aplicó a los estudiantes finalmente tuvo estas correcciones.

De esta manera queda comprobado que los instrumentos fueron apropiadamente validados por los expertos en metodología de la investigación, resultando así un procedimiento de diseño e instrumentación de recolección de datos, ajustado a los objetivos propuestos en la investigación y a los propósitos estipulados en la misma.

7.5 Formulación de Instrumentos de Recolección de Datos para el Plan Social Media

A continuación se presentan los instrumentos creados para la elaboración de la propuesta como tal, los cuales fueron diseñados por el investigador, bajo la

tutoría académica, a fin de precisar información específicamente para el diseño del Plan Social Media.

7.5.1 Guía de Observación y Registro para Diagnóstico Comunicacional de Aproa.

La observación ocupa un lugar substancial en la investigación, siendo que Hurtado (2008) la concibe como la aproximación a aspectos relevantes, carácter y situaciones en general que presenta el contexto del trabajo. Además Hurtado destaca que este método de recolección de la información es indispensable, cuando se trata de un evento que ha sido poco conceptualizado a nivel literario. Tal es el caso específico con el tema que se aborda, porque es escasa la variedad de fuentes documentales del incipiente tema de RRSS y Social Media.

Ante la ausencia de un diagnóstico previo de la situación comunicacional de Aproa, pues no se hallaron investigaciones que lo contemplen, y frente a la novedad de la propuesta sugerida, por ser esta la primera de su índole en la ECS-UCV. Entre otras razones, la observación supone un medio para respaldar la investigación que sentará un precedente, como fuente documental para futuras investigaciones que tuvieran lugar al respecto.

En este sentido se elaboró una guía para registrar los aspectos más destacados de las observaciones aplicadas a la Web y RRSS de Aproa en la fase diagnóstica de la investigación. La cual es un elemento fundamental contenido en el Plan Social Media, propuesto en el quinto capítulo y se expone a continuación:



Guía de Observación y Registro

El presente instrumento ha sido diseñado en el marco del desarrollo del Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social. La información obtenida será empleada únicamente con fines académicos, para registrar información en la fase de diagnóstico de la investigación en atención a los objetivos propuestos.

Sección I. Registro de Seguidores

RRSS	Cantidad de Seguidores por Mes							
	Septiembre 2014	Octubre 2014	Noviembre 2014	Diciembre 2014	Enero 2015	Febrero 2015	Marzo 2015	Abril 2015
Twitter								
Facebook								

Sección II. Publicación de Contenidos.

Ítems	Web/Redes Sociales		
	Página Web	Facebook	Twitter
1. ¿Publican nuevos contenidos frecuentemente?			
2. ¿Publican contenidos informativos?			
3. ¿Publican contenidos institucionales? (Difusión de valores, misión y visión)			
4. ¿Enlazan los contenidos publicados entre portal Web y sus RRSS?			

Sección III. Frecuencia de Publicación.

Ítems	Web/Redes Sociales		
	Página Web	Facebook	Twitter
1. Periodicidad de las publicaciones:	Diaria: _____ Semanal: _____ Mensual: _____ Trimestral: _____	Diaria: _____ Semanal: _____ Mensual: _____ Trimestral: _____	Diaria: _____ Semanal: _____ Mensual: _____ Trimestral: _____
2. Pertinencia de las publicaciones en función de la agenda de la organización:	Muy Adecuada: _____ Adecuada: _____ Inadecuada: _____ Muy Inadecuada: _____	Muy Adecuada: _____ Adecuada: _____ Inadecuada: _____ Muy Inadecuada: _____	Muy Adecuada: _____ Adecuada: _____ Inadecuada: _____ Muy Inadecuada: _____
3. Tiempo de respuesta a los requerimientos de su comunidad digital.	Inmediato: _____ Breve: _____ Demorado: _____ Tardío: _____	Inmediato: _____ Breve: _____ Demorado: _____ Tardío: _____	Inmediato: _____ Breve: _____ Demorado: _____ Tardío: _____

Sección IV. Interacción con los seguidores

Ítems	Web/Redes Sociales		
	Página Web	Facebook	Twitter
1. ¿Publican contenidos orientados a responder los requerimientos de su comunidad digital?			
2. ¿Responden pertinentemente los requerimientos de su comunidad digital?			
3. ¿Interactúan en atención a los comentarios de su comunidad digital?			
4. ¿Demuestran interés en atender oportunamente los requerimientos de su comunidad digital?			
5. ¿Incrementa el número de seguidores en sus RRSS con frecuencia?			
6. ¿Se evidencia interacción asertiva por parte de su audiencia digital?			

7.5.2 Consulta a Expertos en Social Media como Soporte Profesional al Diseño del Plan Social Media

La consulta, según el Diccionario de la Real Academia Española es el acto de buscar documentación o datos sobre algún asunto o materia. En esta investigación se empleó como estrategia la búsqueda de información en fuentes vivas con la experticia y formación requerida para brindar soporte al diseño del Plan Social Media. Se cumplió mediante un instrumento mixto de preguntas abiertas y análisis de elementos comunicacionales de Aproa aplicado a expertos en el área de Social Media.



Estimado (a) Profesor(a) y/o Licenciado(a):

La presente entrevista tiene como objetivo recolectar información vinculante al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. ¿Considera que una asociación sin fines de lucro debe tener un Plan Social Media?

Si ____ No ____ ¿Por qué? _____

2. Si esta asociación trabaja en Pro-Defensa de los Derechos de los animales ¿Aumenta o disminuye la necesidad de contar con un Plan Social Media? ¿Por qué? _____

3. ¿Conoces a la Asociación Pro-Defensa de los Animales (Aproa)?

Si ____ No ____ Si no conoce a la organización, agradecemos realizar una revisión de sus RRSS y Web, antes de responder la siguiente pregunta.

4. Como experto en el área Social Media ¿Cómo percibe el manejo de Aproa en el entorno digital y las Redes Sociales en la actualidad?

5. En su opinión ¿Cuáles serían los aspectos fundamentales en el diseño de un Plan Social Media para Aproa? _____

6. Aproa es una asociación sin fines de lucro con limitaciones económicas para invertir en Social Media. ¿Qué acciones sugiere para costear la ejecución de un

Plan Social Media? _____

7. Una vez establecido el Plan Social Media ¿Considera conveniente que sea ejecutado por estudiantes de Comunicación Social en el cumplimiento de Pasantías y Servicio Comunitario? Si____ No____ ¿Por qué?_____

8. Observaciones: _____

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	
Grado Académico	
Mención	
Institución	
Cargo	

¡Muchas gracias por su participación!

8. Consideraciones Finales

Todas las acciones, estrategias y actividades expuestas en este apartado obedecen a la rigurosidad metodológica inherente a la elaboración de un Trabajo de Grado, razón por la que se manifiesta el debido cumplimiento del proceso ético y metódico de la investigación a fin de obtener los resultados analizados en los siguientes capítulos.

Tanto la Guía de Observación como la Consulta Expertos en Social Media se concibieron para sustentar el Plan Social Media. De esta manera, a juicio del investigador, por razones de organización y practicidad, los resultados de los instrumentos de Entrevista y de la Encuesta se revelarán en el capítulo IV. Mientras que la Guía de Observación y la consulta a expertos en Social Media inherentes a la propuesta, serán incluidas en su diseño como tal en el Capítulo V.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este apartado se presentan los resultados procedentes de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos. En primer lugar, las entrevistas realizadas a los autoridades de las instituciones, Aproa y ECS-UCV para consultar la posibilidad de la propuesta y concretar los aspectos para desarrollarla. En segundo lugar, la encuesta aplicada los estudiantes de la ECS-UCV, vinculada a detectar sus motivaciones e intereses de participar en el proyecto con la finalidad de comprobar la factibilidad de la propuesta.

1. Análisis de Resultados de Entrevistas

A fin de precisar la información emanada de cada entrevista, se realizó un resumen de las entrevistas textuales disponibles en el Anexo (E) la de la Coordinación de Pasantías y Servicio Comunitario de la ECS-UCV y Anexo (F) la de la Dirección de Aproa. Resaltando así, los aspectos más relevantes declarados por los representantes de las instituciones. Para puntualizar apropiadamente la información obtenida en las entrevistas, se mostrará cada pregunta acompañada de la respuesta correspondiente y su oportuno análisis para la investigación.

1.1 Análisis de Resultados de Entrevista realizada a Coordinación de Pasantías y a la Coordinación de Servicio Comunitario de la ECS

A continuación se exponen los resultados de la entrevista realizada al Prof. Juan Carlos Rosillo Villena, quien actualmente ocupa simultáneamente los cargos de Coordinador de Pasantías y de Coordinador del Servicio Comunitario dentro de la Escuela de Comunicación Social de la UCV.

El profesor Rosillo, asumió la Coordinación del Servicio comunitario en junio de 2014. Venía desempeñando el cargo de Coordinador de Pasantías desde mayo de ese mismo año. Fue investido por el Consejo de Escuela, para ambos cargos. Por lo tanto, se acudió a él como fuente oficial y directa para adquirir información de primera mano en lo vinculante al Servicio Comunitario y las Pasantías en la

ECS-UCV. La entrevista fue grabada formalmente, luego de varias reuniones con el Prof. informándole convenientemente del proyecto.

Pregunta 1. ¿Cómo es el funcionamiento actual de la Coordinación de Pasantías de la ECS-UCV?

Respuesta: En el caso de las Pasantías, la mayor problemática que enfrentamos es la designación de los tutores académicos, pues los procesos resultan muy engorrosos y demorados. Además, que no se dispone de un sistema efectivo de recopilación de la información y evaluación del cumplimiento y desempeño en la ejecución, siempre se retrasa y recae sobre el estudiante el enlace entre el tutor, la empresa y la Coordinación. Es por ello que apuntamos a procurar la efectividad y precisión en estas gestiones.

Pregunta 2. Cómo es el funcionamiento actual de la Coordinación de Servicio Comunitario de la ECS-UCV?

Respuesta: particularmente para el Servicio Comunitario, hay mayor burocracia a nivel de papeleos y formatos, pero eso no significa que dispongamos de mayores controles. Actualmente estamos enfocados a abordarlo desde una línea de investigación, Porque el Servicio Comunitario supone un campo de acción, más amplio a nivel académico que las pasantías. Por ejemplo, los estudiantes cumpliendo el Servicio Comunitario pueden obtener insumos para investigaciones, como esta Tesis de Grado en la que se me consulta.

En general, el profesor informó que su funcionamiento se acoge a los procedimientos regulares previstos en las Leyes y Normativas vigentes para el cumplimiento de estos requerimientos académicos. Declaró que en la actualidad ambas Coordinaciones se encuentran en un proceso de reestructuración, para actualizarlas y perfeccionar su gestión.

Acotó que están solventando algunas dificultades de carácter técnico, a fin de mejorar los procesos, simplificar los pasos y potenciar la ejecución estratégica. Además de maximizar su rol dentro de la institución generando proyectos cónsonos con la misión de la ECS-UCV que den apertura al trabajo social y

motiven al estudiantado. Concluye que el ordenamiento de las coordinaciones se perfila a simplificar formatos, clasificar y catalogar la información de gestiones previas, maximizar el contacto con las organizaciones involucradas y reformar la interacción con los estudiantes.

Dada la situación actual de reorganización de la ECS-UCV en Pasantías y Servicio Comunitario, se halla la oportunidad propicia para generar propuestas que forjen avances hacia la innovación que se procura, como esta que se postula.

Pregunta 3. ¿Cuáles son las necesidades o requerimientos más significativos de ambas coordinaciones?

Respuesta: Una de las principales carencias, es no contar con un canal de difusión que sea la bisagra entre los oferentes, tanto del Servicio Comunitario como de las Pasantías y el estudiantado. Se deben difundir suficientemente bien las normas, pues hay mucha desinformación. Hemos venido desarrollando varias actividades, procurando brindar información por todos los canales posibles. Publicamos información frecuentemente en el grupo de Facebook del Centro de Estudiantes de la ECS y las cuentas de Twitter que se abrieron con este fin. Sin embargo, necesitamos resolver cosas como que, las ofertas se publican en las carteleras o las pegan tipo afiche en algunos espacios en la Escuela. Ahora mismo solicitamos ante la Dirección de Tecnología de Información y Comunicaciones de la UCV, poder incorporar información de las Coordinaciones desde un enlace del portal oficial de la Universidad. La idea es concretar un espacio centralizado para solventarlo. De modo que el oferente proponga por un canal oficial, regulado y actualizado constantemente por la Escuela y con retroalimentación del estudiantado.

En esta respuesta, se hallan dos elementos útiles para la propuesta. Uno es que destaca la necesidad de concretar comunicación eficiente con las organizaciones que se postulan como oferentes de pasantías y/o Servicio Comunitario. Este acuerdo avalaría esa comunicación efectiva desde su iniciación, entendiendo la necesidad de mantener contacto con Aproa para delimitar las pautas de ejecución del trabajo conjunto. Otro elemento, es que queda demostrado que la actual

administración en materia de Pasantías y Servicio Comunitario de la ECS-UCV reconoce la importancia de las RRSS y Web para su propio manejo comunicacional, ello favorece ampliamente el planteamiento investigativo cuyo eje central es el Social Media.

Pregunta 4. ¿Concibe algunas limitaciones en el trabajo desarrollado por ambas coordinaciones? ¿Cuáles? Especificar para cada coordinación.

Respuesta: La mayoría de las limitaciones del trabajo en ambas coordinaciones es producto de la falta de recursos. Es un tema recurrente en todos los espacios de la Universidad. Con un presupuesto ajustado se restringe la capacidad de acción. Otra limitante es que hasta hace poco se percibía estos espacios como una oficina de tramitación de cosas, con poca interacción y con poco análisis de lo que estaba ocurriendo. Estamos intentando modificar formatos de solicitudes, de evaluación y sobre todo mejorar el quehacer en cuanto a seguimiento de las organizaciones y/o empresas vinculadas en estas actividades.

Acá se manifiesta, una vez más, la necesidad de instaurar relaciones formales entre las Coordinaciones correspondiente de la ECS-UCV y aquellas instituciones y/o empresas en las cuales los estudiantes cumplirán dichas actividades académicas. Esta propuesta contempla ese enlace, con toda formalidad y como un elemento primordial para que sea llevada a cabo.

Pregunta 5. ¿Cómo calificaría la experiencia con estudiantes cumpliendo pasantías y servicio comunitario con otras organizaciones?

Respuesta: En general tenemos evaluaciones favorables de las organizaciones donde los estudiantes cumplen Pasantías y Servicio Comunitario. Sin embargo, ese proceso debe profundizarse. Es por ello que, el plan de trabajo apunta a que los oferentes y los estudiantes tengan una visión amplia y clara del Servicio Comunitario y las Pasantías. Que comprendan que no son un mero requisito, sino que constituyen un aspecto fundamental para complementar la formación profesional integralmente. La idea en general es que el cumplimiento de estos requisitos académicos no sea un simple trámite, una gestión más para obtener el

título. Sino que se realicen en un campo de acción significativo con el cual el estudiante se sienta identificado. Que puedan desarrollarlos en su área de interés en la carrera, que sea vinculante a su línea de formación sobre todo en una carrera tan amplia como lo es la Comunicación Social.

Se aprecia nuevamente el interés desde la ECS-UCV de profundizar relaciones con los oferentes de Servicio Comunitario y Pasantías. Agregando así, el elemento de convicción, que deben tener, tanto estas instancias como los estudiantes, de que se efectúen en un ámbito significativo. Esta valoración, parte de la realización de actividades con prominencia social y con un profundo sentido de apego a los valores educativos de la ECS-UCV. El trabajo con Aproa apuntaría hacia esa misión por la naturaleza y labor de este organismo, en pro de la defensa y resguardo de los derechos de los animales.

Otro aspecto de interés, se refleja cuando el prof. Rosillo alude que Comunicación Social es una carrera con áreas de formación bastante amplias. Una evidencia de esto, por ejemplo, es el auge que tiene el Social Media actualmente. Actividad que se perfila como un espacio de formación en progreso, de esta carrera. Vale acotar, que la ECS-UCV hace un año incluyó una materia electiva, referida al Social Media: “El Community Manager y los Nuevos Medios Audiovisuales”. Renovando así la oferta académica para esta área de formación. De manera que mediante este enlace, la ECS-UCV reforzaría esa proyección en áreas incipientes de la Comunicación Social. Sería una apertura a las innovaciones que están marcando pauta en materia tecnológica y comunicacional en el ámbito profesional de la carrera. Seguramente esto interese y motive a los estudiantes, a la vez que respalda su formación en un campo laboral que se perfila muy bien en este momento.

Pregunta 6. ¿Cómo es el manejo en concreto para organizaciones sin fines de lucro o Asociaciones Civiles?

Respuesta: Por lo reciente de mi gestión, la urgencia ha sido solventar situaciones cotidianas de inscripciones, de reuniones y de informar. Disponemos de poca información de cuales han sido todas las organizaciones sin fines de lucro

con las que se ha venido trabajando, pero tenemos participaciones importantes de estas organizaciones, primordialmente para el Servicio Comunitario, aunque también para Pasantías. En todo caso, manejamos igual para todos los organismos pues la normativa rige los procedimientos por igual, independientemente de la naturaleza de la institución donde se efectúe.

Se corrobora que el plan sugerido en esta investigación, se postula bastante bien principalmente para los fines del Servicio Comunitario, y en el caso en Pasantías, que no amerita obligatoriamente una actividad socio-comunitaria, igual al realizarse con Aproa, procuraría potenciar la acción social de la ECS-UCV.

Pregunta 7. ¿Han tenido algún proyecto, pasantía o contacto con la Asociación Pro-Defensa de los Animales, Aproa? ¿Cómo ha sido la experiencia?

Respuesta: Bajo mi gestión no conozco que ni la Escuela de Comunicación Social, ni la Universidad mantenga ningún proyecto formal con Aproa para cumplir Servicio Comunitario. Sin embargo, tengo conocimiento de experiencias de estudiantes de acá y de otras Escuelas y Facultades con esta organización por referencia, pero ninguna ha sido mediante un acuerdo formal. Y en general tenemos buenas referencias de esta organización.

Se puede constatar que la ECS-UCV, posee una valoración positiva de Aproa. Esto acredita la constitución de un convenio que pueda acoger las experiencias particulares de estudiantes, en un espacio formal que las unifique, planifique, regule y supervise en condiciones previstas de antemano por las organizaciones.

Pregunta 8. ¿Considera factible un acuerdo/convenio entre la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y Aproa para potenciar la ejecución y desarrollo de la imagen de la organización en Redes Sociales y Web?

Respuesta: Claro que sí. Estamos dispuestos. Siempre recibimos a cualquier organización que tenga un Proyecto Comunitario pertinente a la Escuela. Siempre

y cuando se cumplan con los requisitos pautados se puede hacer, tomando en cuenta la normativa y procedimientos correspondientes. Siempre que surja la iniciativa de particulares, ONG, un estudiante, un docente, un oferente se canalizaría oportunamente para que tenga lugar.

Esta pregunta resulta trascendental para la investigación, al ser respondida afirmativamente confiere la posibilidad de ejecutar este proyecto, al menos por parte de la ECS-UCV.

Pregunta 9. ¿Cuáles serían las condiciones que propondría la ECS-UCV para el desarrollo de este convenio/acuerdo?

Respuesta: Para consolidar y mantener un programa mancomunado con Aproa debemos estar seguros de qué se respetará la esencia de la actividad académica y las normas que apliquen en cada caso. Ha ocurrido que trabajamos con una organización, y aunque tiene un fin social y/o comunitario, pretende utilizar a los estudiantes para trabajos de oficina u otras lides inadecuadas. Muchas veces se aprovechan de tener gratuitamente un servicio determinado y ya. Es una condición sine qua non que todo trabajo realizado se ajuste a los parámetros establecidos académicamente para realizar las Pasantías y el Servicio Comunitario. En el caso particular de un Plan Social Media es una oportunidad precisa para fusionar aspectos de la formación académica con la respuesta a la necesidad de una comunidad determinada, como los grandes propósitos del Servicio Comunitario, vinculación con la carrera y el aprendizaje servicio. Una gestión en Social Media llevada apropiadamente conlleva muchos aspectos positivos que aportan a la comunidad. Teniendo en cuenta que, las comunidades ahora socializan y se integran para fines y trabajos comunitarios en plataformas digitales.

De esta manera queda claramente establecido que si hay un acuerdo entre Aproa y la ECS-UCV. Las actividades previstas en este, deben responder al ámbito académico y social, apegándose a la normativa que regula su cumplimiento. Esto será un eje fundamental para el diseño de la propuesta. De la cual, quedará excluida cualquier acción que no sea consecuente con lo propio del

ámbito educativo, que transgreda la norma y que no sea consecuente con esta pauta señalada de antemano.

Pregunta 10. ¿Qué puede aportar la ECS-UCV en función de facilitar la ejecución de este convenio/acuerdo?

Respuesta: Considero que el mayor aporte que brinda la Escuela es pertenecer a la UCV. La universidad más grande e importante del país con una reconocida trayectoria y tradición de trabajo. Aunado a que la Escuela está gestionando propuestas novedosas adaptadas a los nuevos tiempos, vinculadas con el contexto real y el entorno comunitario. Cuenta con mucho potencial en crecimiento, mucho que proveer y transmitir. Se ha trabajado en ganar la confianza a los estudiantes para que hagan cosas, y hay muchas ideas interesantes como la que se traza en esta propuesta, que se ajusta muy bien a las transformaciones procuradas ahora mismo, salir del recinto universitario e ir a las comunidades, porque una Escuela de Comunicación Social que no está visibilizando su trabajo es un contrasentido. Comunicar es la esencia de esta carrera y es necesario avocarse a ello.

Se hace notorio que el renombre y trayectoria de la ECS-UCV aporta reconocimiento y confiabilidad al desarrollo del convenio para labores de Social Media para Aproa. Un enlace con una organización con credibilidad y legitimidad educativa, es un factor que suma a los alcances previstos en el proyecto.

Pregunta 11. ¿Qué espera recibir la ECS-UCV si se concreta este acuerdo/convenio?

Respuesta: Si a través de este tipo de alianzas se hace posible la obtención de recursos e insumos para las dos organizaciones sería mucho mejor todavía. Si se pudiera beneficiar tanto Aproa como la Universidad, sería un agregado a la labor. Pero no es un condicionante, la idea es que la Escuela y la Universidad se abran a la comunidad, que la gente y las instituciones acudan a contribuir en todo aquello que se pueda aportar. Aquí hemos recibido a distintos sectores incluso del gobierno y de la oposición, con propuestas que se acogen puesto que son para

apoyar a las comunidades y que la Universidad vaya más allá y que llegue a la comunidad.

La principal expectativa que mantiene la ESC-UCV, con este convenio, es que la Universidad trascienda del recinto académico y se aproxime a las comunidades. No obstante, si a partir del acuerdo pueden generarse recursos para estas organizaciones, indudablemente ensancharía los beneficios. Eso puede preverse a futuro, una vez que la primera fase de aplicación se consolide y a medida que el plan se haga más sólido.

1.2 Análisis de Resultados de la Entrevista aplicada a la Dirección de Aproa

De igual manera, se realizó la entrevista correspondiente a la Lic. Cristina Camilloni, Directora de Aproa, quien goza de una reconocida trayectoria como activista y defensora de los derechos de los animales en el país. También es asesora Ad Honorem de la Misión Nevado. Misión implementada por el Ejecutivo Nacional en enero de 2014, como institución oficial para regular la materia de Protección Animal. Camilloni funge como vocera oficial de la organización y es quien administra el manejo en RRSS y Web, puesto que no existe un departamento especializado para esto.

Pregunta 1. ¿Cómo define el manejo actual de la Web y Redes Sociales de la organización?

Respuesta: Es importante contar con la tecnología para comunicar sobre el trabajo que realizamos e interactuar con las personas que siguen el trabajo que hacemos. En la página Web la gente revisa nuestra labor, compartimos artículos referidos y se hace comunidad en torno al cuidado, amor y protección animal. Los socios y voluntarios contribuyen con información para promover los derechos de los animales, informar sobre las regulaciones correspondientes, promover la adopción de mestizos, atender denuncias y para hallar mascotas extraviadas.

Aproa utiliza principalmente su portal Web para cosas cotidianas como la adopción de mascotas, hasta cuestiones más relevantes como generar espacios de intercambio de información, discusión y postulación de propuestas. La

información suministrada por la Lic. Camilloni se contrastó con la observación realizada a la Web y RRSS de Aproa, de esta manera se comienza a explorar los datos que contextualizan y soportan el modelaje inicial del plan de acción.

Pregunta 2. ¿Es importante para cumplir la Misión y alcanzar la Visión de Aproa el manejo de sus Redes Sociales? ¿Por qué?

Respuesta: Si es muy importante porque se puede difundir toda la gestión que realiza la organización. La gente que acude a nuestra sede a consulta toma fotos de los gatos o perros que se encuentran en el reten y las publican en su Twitter nombrándonos y así les ubican un lugar para vivir. También nos ha permitido conectar con otras organizaciones que trabajan en pro de los animales. Con Internet se ha logrado que la gente cree conciencia. Muchas personas no necesariamente adoptan un animal, pero se han promovido otras maneras de apoyar. La gente en sus casas, residencias e incluso en instituciones públicas y privadas, se preocupa mucho más que antes por los animales de la calle. Se organizan para alimentarlos, darles agua. Hacen colectas para comprarles lo que necesitan, y hasta llevarlos a los consultorios para su atención. Una sociedad se define por cómo trata a sus animales y, aunque todavía haya casos de maltrato, se han reducido notoriamente. En Venezuela actualmente la ciudadanía, las instituciones, incluso el Estado mismo, han tomado mayor conciencia sobre la vida y el resguardo de los animales. Se puede ver que se incluye la protección animal dentro de las políticas públicas. Mucho de eso se ha promovido y también se hace más notorio y cotidiano por el uso de las redes sociales.

Esta respuesta hace palpable que Aproa reconoce que su Web y RRSS, son medios a través de los cuales pueden fomentar los alcances de su labor y sumar aliados a la causa. Aunque aún no posee un plan estructurado para hacerlo, ha logrado concretar acciones importantes enmarcadas en su misión y visión. Ciertamente, con la estructuración apropiada de una estrategia comunicacional adaptada a los valores que la definen, los alcances se multiplicarían ganando una mayor audiencia y proyectándose considerablemente mejor al logro de sus objetivos.

Pregunta 3. ¿Quién o qué departamento dentro de la organización se encarga del manejo de Redes Sociales y Web?

Respuesta: No contamos con recursos para disponer de un departamento que se encargue directamente del manejo de la Web y Redes Sociales. Le damos prioridad a la atención veterinaria, porque en una gestión restringida por limitaciones económicas, lo primordial es el animal, su salud y su cuidado. Yo misma soy la encargada de atender siempre a la prensa, y me ocupo de las publicaciones en el periódico Últimas Noticias. Siempre tratamos dentro de lo posible de informar lo que hacemos porque, eso ayuda a reforzar el trabajo. Para las publicaciones de Facebook, ahora mismo nos presta apoyo una voluntaria de la organización, a quien se le da una colaboración. Ella lleva a cabo esta labor, generalmente desde su casa. En ocasiones, acude a la fundación y desde aquí realiza trabajos relacionados con esto. Sus funciones en general son limitadas, porque no está autorizada a dar información oficial, ni es una vocera designada. Siempre trato de revisar lo que se pondrá o ella me muestra las fotos y eso antes de publicarlas.

La limitación económica de Aproa y el no disponer de una unidad en su organigrama que se avoque al trabajo en Social Media, constituye concretamente la columna de soporte de la propuesta que se sugiere. Allí radica la necesidad que aborda el diseño del plan. Aproa tiene una carencia de manejo comunicacional en sus espacios digitales, de manera planificada y profesional. Los estudiantes al cumplir esta labor, disponen de un espacio permanente para cumplir con sus actividades académicas. Es un acuerdo de ganancia recíproca para todos los participantes.

Pregunta 4. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que desea destacar en sus contenidos en Redes Sociales y Web?

Respuesta: En cuanto a los aspectos más importantes que deseamos destacar son muchos, pero te puedo mencionar los más relevantes en función del logro de los objetivos que mantiene la organización. Entre otras cosas es importante promover el cuidado de los animales, el respeto por sus derechos, atención y

procesamiento de denuncias de maltrato o abandono, adopción de animales en situación de calle, promover la esterilización, campañas de concientización y educación, revisión y promoción de leyes y normas vinculantes a la temática de protección animal.

Esta respuesta resulta primordial para la producción de las acciones y estrategias del Plan Social Media, basadas en los contenidos que Aproa desea destacar en su entorno digital. En este capítulo solo se mencionan, dado que es en un Plan como tal donde se describen y puntualizan. Se incluirán todos los detalles y descripciones obtenidas en la entrevista, concretados en objetivos y acciones propias de la planificación.

Pregunta 5. ¿Concibe algunas limitaciones en el manejo de Redes Sociales y Web? ¿Cuáles?

Respuesta: tenemos limitantes de espacio físico y de tecnología. Solo contamos con una computadora por cada consultorio, la cual se usa para manejar el programa de facturación de las consultas y otras tareas. Desearíamos tener más recursos para así poder ejecutar un mejor trabajo comunicacional. Actualmente estamos coordinando, la apertura de un espacio para estas labores y esperamos solventarlo cuanto antes.

Esta respuesta coincide con la perspectiva planteada desde la ECS-UCV, donde igualmente manifiestan limitaciones de recursos tecnológicos. De modo que se incluirá en la propuesta estrategias avocadas a la gestión mutua de recursos. Si bien es cierto, que no es la intención primaria del convenio, más adelante podría aumentarse las ventajas de haberlo suscrito para las dos instancias que participan.

Pregunta 6. ¿Cuál ha sido su experiencia con estudiantes universitarios cumpliendo pasantías y servicio comunitario en la organización?

Respuesta: constantemente recibimos muchos alumnos de diferentes centros educativos tanto de bachillerato como universitarios. Contar con el apoyo de la juventud, es satisfactorio porque ahora se interesan mucho más por los animales y

se ocupan en protegerlos. La experiencia ha sido satisfactoria pues su colaboración es de gran apoyo, mientras están cumpliendo Servicio Comunitario. Lamento que estas experiencias estudiantiles no tengan prosecución en el tiempo, ya que habitualmente son por periodos cortos. No siempre contamos con estudiantes, para cubrir horario durante todo el día, ni todos los días de la semana. Entiendo que están regidos por unas pautas de carácter educativo, pero desearía que estas labores fueran mejor planificadas y evaluadas con regularidad. En casi todos los casos asiste directamente el estudiante, a plantear su servicio y el contacto con las instituciones educativas es prácticamente nulo. Incluso hay muchachos que vienen por un tiempo muy breve, con intenciones que se limitan a recibir la firma o aprobación de la institución pero no hay reciprocidad, ni supervisión en el trabajo.

Se pudo constatar que tienen apertura a recibir estudiantes para desarrollar acciones académicas en sus espacios. Mientras que revelan la necesidad de que estas actividades sean prolongadas en el tiempo, además de reguladas y supervisadas. Por ello se preverá en la propuesta, el enlace permanente entre alguna autoridad por parte de Aproa y la Coordinación de Servicio Comunitario y Pasantías de la ECS-UCV. De igual manera, la revisión y evaluación continua del proceso.

Pregunta 7. ¿Han desarrollado alguna actividad institucional que involucre estudiantes de la ECS-UCV? De ser afirmativa su respuesta: ¿Cómo ha sido la experiencia?

Respuesta: Hemos recibido estudiantes de varias escuelas de la UCV. No llevamos un control de las instituciones de procedencia del alumnado que realiza las labores acá, porque no hay quien se encargue directamente de esto. No puedo proporcionarte información detallada, ni datos específicos de cuantos y cuales periodos han sido. Pero de la UCV siempre vienen, ahora mismo no recuerdo si son de Comunicación Social. En algunos casos, yo misma los recibo, pues siempre debo autorizarlo previamente. Aunque sea con una breve conversación con el estudiante. Después, es poco el contacto con ellos porque son el personal de

recepción y los doctores los que custodian esa labor y se encargan de procedimientos como firmas y autorizaciones.

Tiene una evaluación favorable de la UCV y sus estudiantes, esto hace que las puertas estén abiertas para recibirlos. Ya que la institución no cuenta con una instancia o persona designada propiamente para esta función, se reitera que será recomendable designar a alguno de sus miembros como enlace entre Aproa y la ECS-UCV.

Pregunta 8. ¿Considera factible un acuerdo/convenio entre la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y Aproa para potenciar la ejecución y desarrollo de la imagen de la organización en Redes Sociales y Web?

Respuesta: Por supuesto que sí. Sería de nuestro agrado que la Universidad pueda apoyarnos, como siempre lo ha hecho, porque siempre han colaborado pero si puede hacerse planificada y formalmente es mucho mejor. La Escuela de Comunicación Social es reconocida a nivel nacional y eso favorecería nuestra proyección comunicacional en muchos ámbitos de la sociedad.

Una vez que Aproa recibe positivamente la propuesta, queda abierta la oportunidad para su ejecución, la cual también fue aprobada por la instancia correspondiente de la ECS-UCV.

Pregunta 9. ¿Cuáles serían las condiciones que propondría su organización para el desarrollo de este convenio/acuerdo?

Respuesta: Para nosotros la responsabilidad y la ética son determinantes para cualquier negociación, además de que el acuerdo suscrito debe apegarse a nuestros principios y valores. De entrada, que quede sentado un compromiso de ambas partes este acuerdo debe ayudarnos a manejar mejor las redes sociales, y ayudar a los estudiantes en sus prácticas de la carrera.

Esta solicitud de Aproa de que la propuesta se suscriba a sus valores y principios organizacionales, ocupa un punto importante en la investigación. Desde

el diagnóstico, se plasmó una revisión de su misión y visión para construir una estrategia de trabajo cónsona con su esencia. También, en las pautas propias de elaboración de un Plan Social Media, se incorpora una aproximación a los valores de la institución a la cual va diseñado, de manera que todas las acciones a anexar se correspondan y respeten sus estatutos.

Pregunta 10. ¿Qué espera recibir Aproa si se concreta este acuerdo/convenio con la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela?

Respuesta: Esperamos que este convenio sea de beneficio, que exista participación conjunta y mancomunada en todo el trabajo que queda por hacer. Sobre todo que se perfile con éxito, el gran propósito es mejorar el manejo Comunicacional de Aproa mientras que los estudiantes aprenden en el proceso de implementar aquello que aprenden en la Universidad y ahora pueden ponerlo en práctica como un aporte a la sociedad antes de graduarse. Eso es gratificante y una experiencia que puede ser muy provechosa para nuestra institución.

De nuevo coinciden las expectativas de Aproa con las de la Coordinación de Servicio Comunitario y Pasantías de la ECS-UCV en la implementación del acuerdo. De manera que se corresponden las ambiciones de que la actividad académica trascienda del espacio universitario y tenga un impacto social, con la necesidad de mejoramiento comunicacional digital, de una asociación que procura el bien de los animales como una acción con transcendencia e importancia social.

2. Análisis de Resultados de la Encuesta aplicada a Estudiantes de Comunicación Social de la UCV

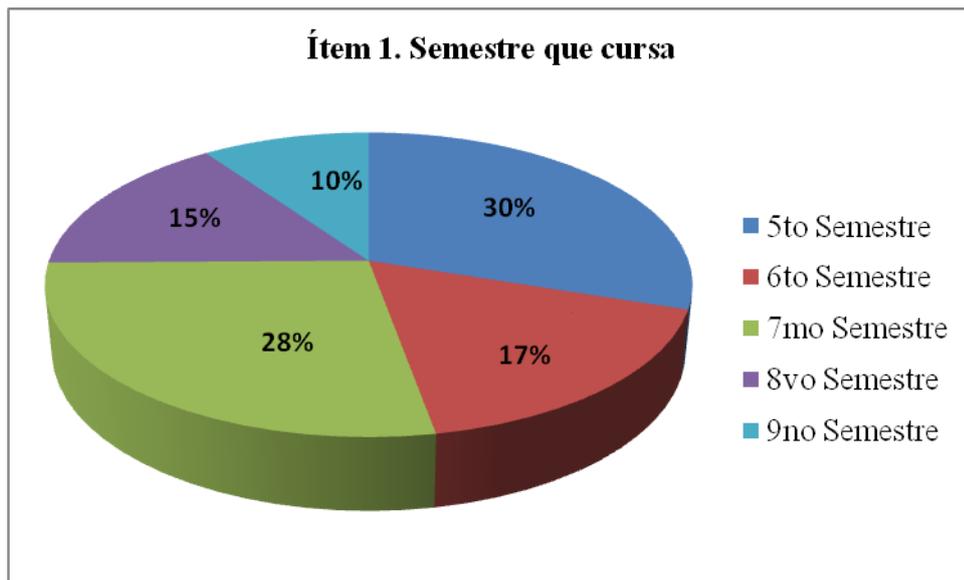
Una vez aplicada la encuesta a los estudiantes de la ECS-UCV entre 5to y 9no semestre que aun no hubiesen cumplido ni el Servicio Comunitario ni la Pasantías, se realizó la correspondiente, estructuración, tabulación y análisis de los resultados obtenidos y se presentan seguidamente.

Pregunta 1.

Cuadro 24.

Ítem 1. Semestre que cursa		
Semestre	Cantidad de Estudiantes	Porcentaje
5to Semestre	37	30
6to Semestre	21	17
7mo Semestre	34	28
8vo Semestre	19	15
9no Semestre	12	10
Totales	123	100

Gráfico 1.



Se observa que la mayoría de los estudiantes encuestados cursan el 5to semestre, siendo un 30%. Seguidos de un 28% que cursa el 7mo semestre. Luego se ubican los cursantes del 6to semestre con un 17% y los de 8vo con un 15%. El 10% restante pertenecen al 9no semestre. Se entiende que se encuentran más estudiantes en los semestres más bajos definidos para la muestra, ya que se colocó como filtro que los estudiantes encuestados no debían haber efectuado ni Pasantías ni Servicio Comunitario. De modo que, mientras más avanzado es el semestre aumentan las posibilidades de que lo hayan cumplido. Sin embargo, no

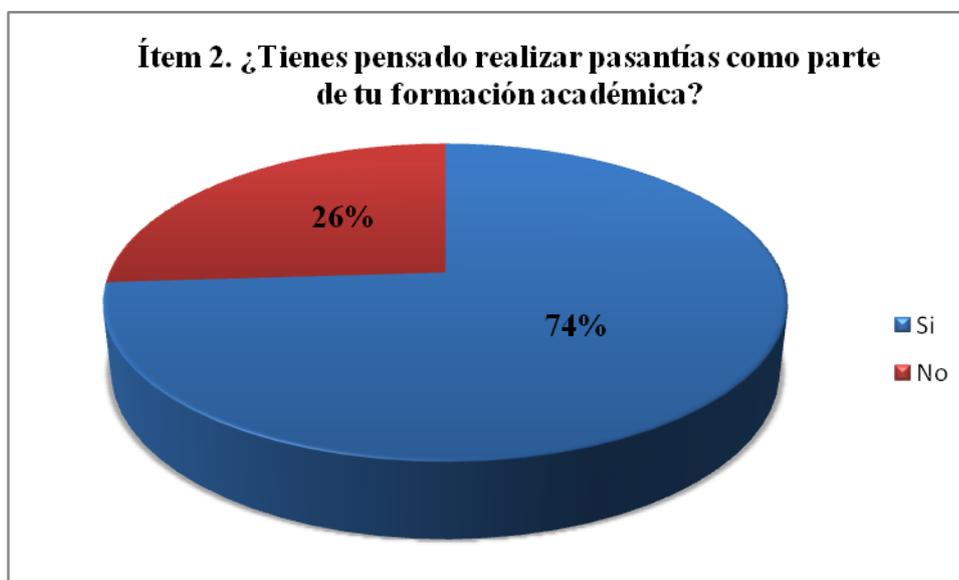
se excluyeron ni el 8vo ni el 9no semestre de la selección, ya que es evidente que estudiantes que se ubican en ellos aun no han cumplido ni Pasantías ni Servicio Comunitario. Con esta pregunta corroboramos que la muestra seleccionada posee los requisitos mínimos para poder cumplir el objetivo de la investigación. Es decir, ya están en el tiempo académico para hacer las Pasantías y el Servicio Comunitario, pero que aún no las han hecho.

Pregunta 2.

Cuadro 25.

Ítem 2. ¿Tienes pensado realizar pasantías como parte de tu formación académica?		
Respuesta	Cantidad de Estudiantes	Porcentaje
Si	91	74
No	32	26
Totales	123	100

Gráfico 2.



Un 74% de los encuestados manifiesta intención de realizar Pasantías mientras que el otro 26% dice que no las ejecutará. El hecho de que las Pasantías no sean obligatorias dentro de la ECS-UCV da la posibilidad de cubrir los 6 (seis) créditos previstos para estas, cursando materias electivas por los créditos equivalentes.. No

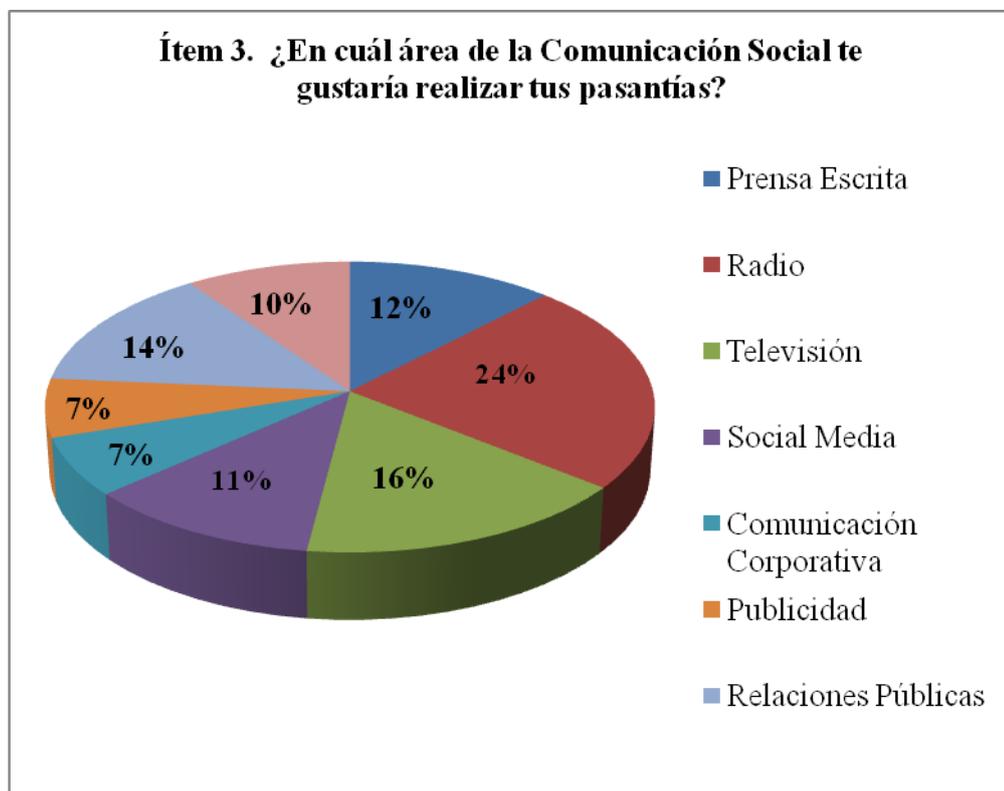
obstante, la mayoría de los estudiantes desea hacer Pasantías lo cual es favorable para la propuesta.

Pregunta 3.

Cuadro 26.

Ítem 3. ¿En cuál área de la Comunicación Social te gustaría realizar tus pasantías?		
Áreas	Cantidad de Estudiantes	Porcentaje
Radio	29	24
Televisión	20	16
Relaciones Públicas	17	14
Prensa Escrita	15	12
Social Media	14	11
Otras	12	10
Comunicación Corporativa	8	7
Publicidad	8	7
Totales	123	100

Gráfico 3.



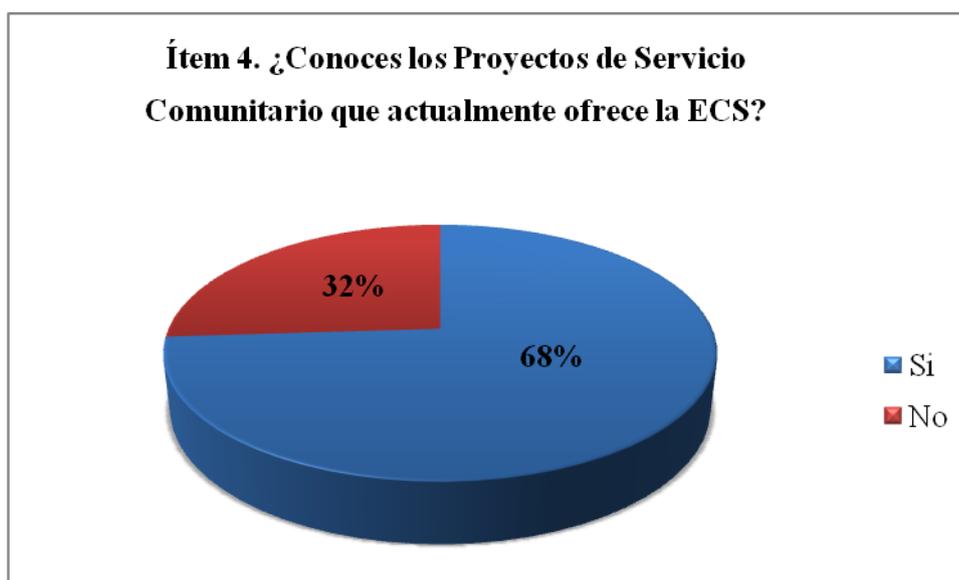
En las áreas de la Comunicación Social preferidas para Pasantías, puntuó de primera Radio con un 24%, de segunda Televisión con un 16%, de tercera Relaciones Públicas con un 14%, de cuarta Prensa Escrita con un 12% y de quinta Social Media con un 11%. Analizando la puntuación de Social Media, aunque no se encuentra entre las primeras opciones elegidas, esta de quinta entre 8 (ocho) opciones suministradas, sin embargo el listado definitivo fue de 12 (doce), pues los estudiantes mencionaron 4 áreas más en las que desearían hacer Pasantías que son Prensa Digital, Marketing, Cine y Fotografía. De igual forma, Social Media fue la quinta opción elegida con un diferencial apenas de un punto de la cuarta opción. Su predilección en el estudiantado sería fácilmente fomentada para potenciar la factibilidad de la propuesta.

Pregunta 4.

Cuadro 27.

Ítem 4. ¿Conoces los Proyectos de Servicio Comunitario que actualmente ofrece la ECS?		
Respuesta	Cantidad de Estudiantes	Porcentaje
Si	39	32
No	84	68
Totales	123	100

Gráfico 4.



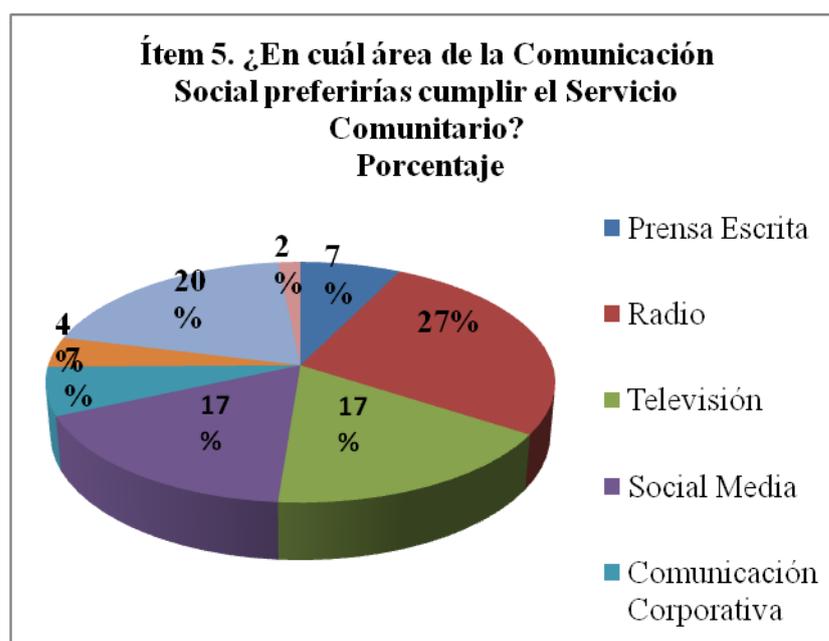
Se aprecia que la mayoría de los estudiantes expresa desconocer los Proyectos de Servicio Comunitario que ofrece la ECS, representados en un 68% mientras que un 32% afirma que está informado al respecto. Siendo así, la promoción de la propuesta una vez consolidada debe difundirse apropiada y suficientemente entre los estudiantes para maximizar los niveles de participación en el proyecto.

Pregunta 5.

Cuadro 28.

Ítem 5. ¿En cuál área de la Comunicación Social preferirías cumplir el Servicio Comunitario?		
Áreas	Cantidad de Estudiantes	Porcentaje
Radio	33	27
Relaciones Públicas	24	20
Televisión	21	17
Social Media	21	17
Prensa Escrita	9	7
Comunicación Corporativa	8	7
Publicidad	5	4
Otras	2	2
Totales	123	100

Gráfico 5.



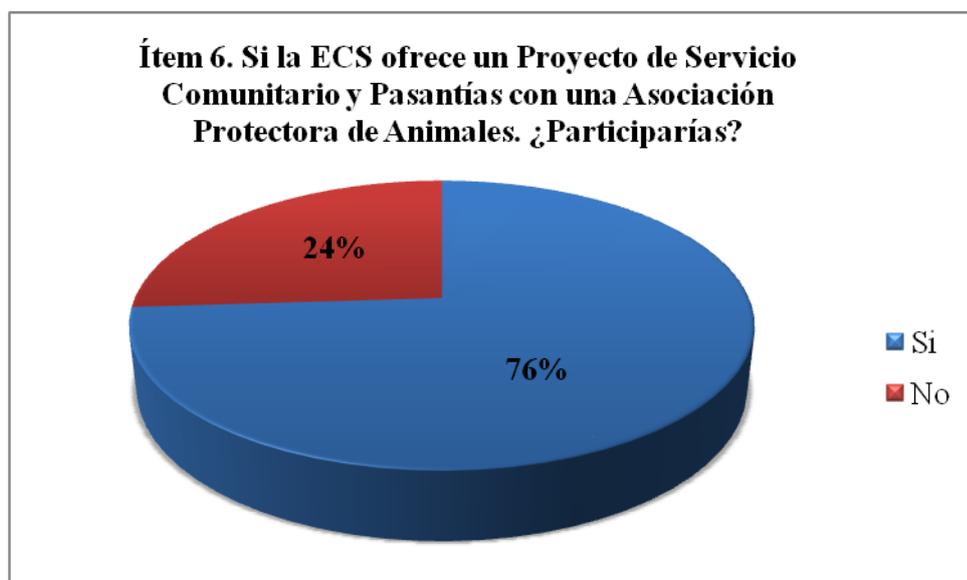
Se aprecia que la Radio repite como área favorita de los estudiantes, con un 27%. Seguida de Relaciones Públicas con un 20%. En este caso Social Media Puntua de tercera junto a Televisión con un 17% de preferencia para ambas opciones. La predilección de los estudiantes para cumplir Servicio Comunitario en Social Media es bastante favorable para la presente investigación con un puntaje mayor que en el caso de las Pasantías. Este es un elemento que va a beneficiar en la propuesta puesto que si la experiencia resulta gratificante en el cumplimiento del Servicio Comunitario, probablemente el estudiante repita la experiencia para Pasantías. O al menos la difunda entre sus compañeros. Además. aca entra en juego el elemento de eleccion espontánea de Social Media como un área de formación asociada a realizar labores vinculantes al Servicio Comunitario.

Pregunta 6.

Cuadro 29.

Ítem 6. Si la ECS ofrece un Proyecto de Servicio Comunitario y Pasantías con una Asociación Protectora de Animales. ¿Participarías?		
Respuesta	Cantidad de Estudiantes	Porcentaje
Si	94	76
No	29	24
Totales	123	100

Gráfico 6.



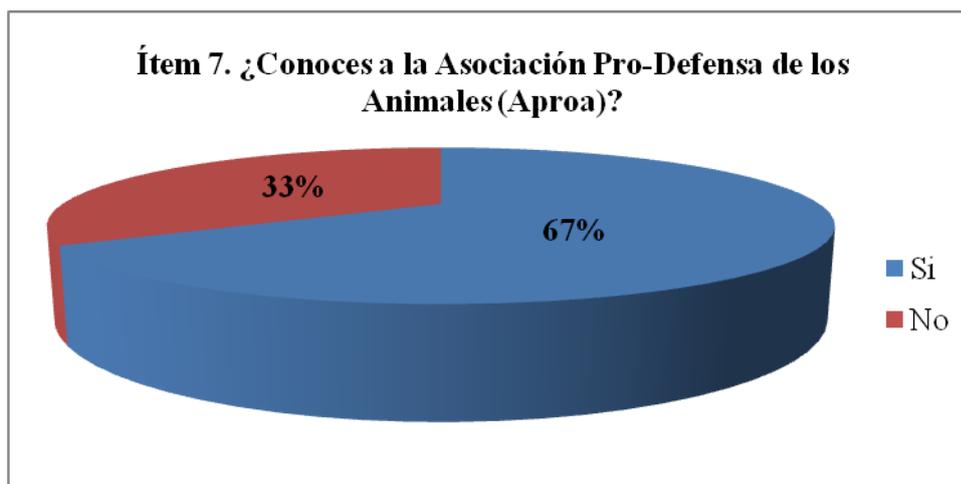
Un 76% de los estudiantes está ganado a involucrarse si la ECS ofrece un Proyecto de Servicio Comunitario y Pasantías con una Asociación Protectora de Animales. Un 24% no participaría. Las condiciones de acompañamiento del estudiantado son positivas para la ejecución de la propuesta.

Pregunta 7.

Cuadro 30.

Ítem 7. ¿Conoces a la Asociación Pro-Defensa de los Animales (Aproa)?		
Respuesta	Cantidad de Estudiantes	Porcentaje
Si	82	67
No	41	33
Totales	123	100

Gráfico 7.



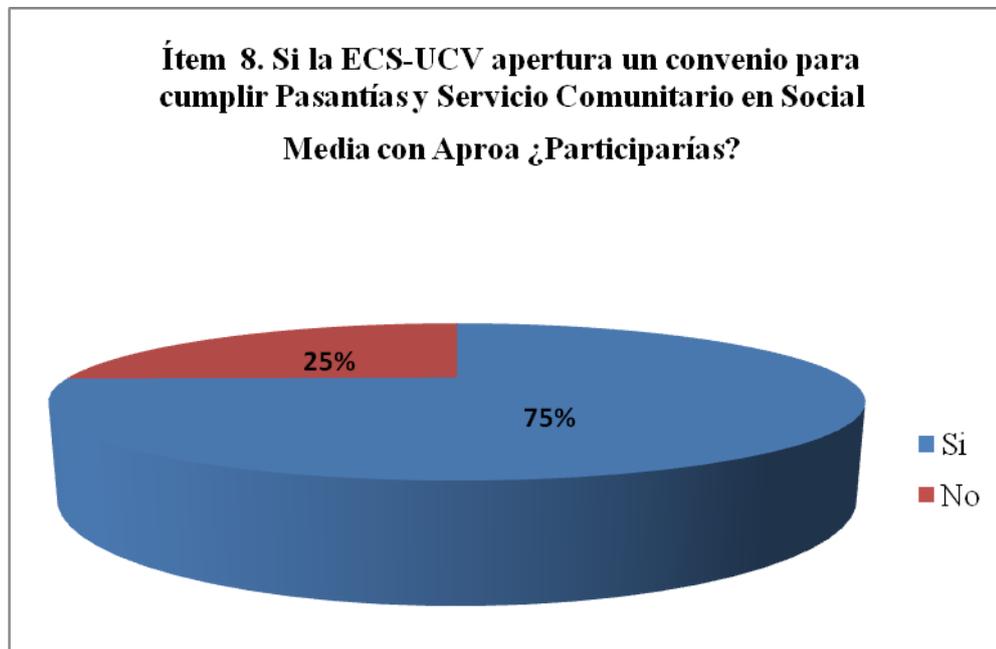
Mayormente los estudiantes encuestados conocen a Aproa, siendo un 67%. Un 33% no reconoce a la asociación. Es una ventaja para el plan propuesto que los estudiantes distingan a Aproa entre las organizaciones de su naturaleza, de modo que ese saber y reconocimiento puede beneficiar la selección de la propuesta, entre otras que puedan existir, para desempeñar Servicio Comunitario y Pasantías en el área Social Media en esa organización.

Pregunta 8.

Cuadro 31.

Ítem 8. Si la ECS-UCV apertura un convenio para cumplir Pasantías y Servicio Comunitario en Social Media con Aproa ¿Participarías?		
Respuesta	Cantidad de Estudiantes	Porcentaje
Si	92	75
No	31	25
Totales	123	100

Gráfico 8.



Al consultar al estudiantado sobre la posibilidad de que la ECS-UCV abriera un convenio para cumplir Pasantías y Servicio Comunitario en Social Media, específicamente con Aproa, la intención de participación se mantiene favorable, en este caso con un 75%. De modo que se evidencia el interés y aceptación de Aproa en la comunidad educativa como elementos a favor de que la propuesta pueda concretarse a futuro.

En líneas generales, la aplicación de la encuesta responde propiciamente a la factibilidad de la propuesta. Existe interés en Social Media, al igual que mucha apertura hacia Aproa como organización y queda demostrada la valoración

estudiantil en proyectos que favorezcan a la comunidad, en este caso mediante la protección animal.

CAPÍTULO V

DISEÑO DE LA PROPUESTA

Este capítulo es de especial interés, pues contiene la propuesta en sí, los aspectos que la sustentan, los elementos que la integran y las pautas para su cumplimiento. Las organizaciones que suscriben el proyecto, deben examinar y considerar detalladamente esta información, como parte de la instrucción previa, para su implementación, bajo el compromiso de respetar y apearse a los valores y contenidos acá reseñados, en función de procurar un enlace apropiado entre los entes participantes y el logro de los objetivos previstos en el plan.

1. Consideraciones Generales

Las acciones de la propuesta se suscriben obligatoriamente al ámbito académico de la ECS-UCV, ente que coordina, planifica y evalúa las actividades educativas dentro de las cuales se desarrollará el acuerdo. El convenio y el Plan Social Media se ajustan a lo estipulado en el Reglamento Académico para las Pasantías Estudiantiles Universitarias en Empresas e Instituciones de la UCV y a la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior.

El diseño del plan nace y se desarrolla en función de Aproa y, para ello, fue fundamental realizar una evaluación de la institución en el tema que abarca la investigación, el Social Media. De igual forma, precisó dedicarle una revisión en términos de su naturaleza, principios, valores, misión y visión como institución. La información derivada del diagnóstico es la columna vertebral de la estrategia a delinear.

2. Reseña Institucional

Aproa, Asociación Pro-Defensa de los Animales es una Asociación Civil, sin fines de lucro, que se dedica a proteger, resguardar y promover los derechos de los animales. Fue fundada en 1982 por un grupo de 20 personas defensoras de los animales. Está afiliada a la Federación Venezolana de Asociaciones de Protección Animal y a la Sociedad Mundial para la Protección Animal, WSPA, por sus siglas en inglés.

Entre sus principales propósitos, se ocupa de las siguientes labores:

- Promover la protección animal y el respeto por los derechos de la fauna.
- Procurar la aprobación de leyes y ordenanzas de protección animal.
- Supervisar el cumplimiento de la regulación en materia animal a nivel local, regional y nacional.
- Atender y procesar denuncias de maltrato, tráfico y cualquier acción ilegal contra los animales.
- Proporcionar salud y hogar a las mascotas que lo necesiten y, en caso de necesidad, eutanasia a los animales que lo requieran, en sus consultorios veterinarios y retenes de animales.
- Promover la formación de otras asociaciones de protección animal en todo el país.
- Desarrollar programas de esterilización y vacunación, a precios accesibles y gratuitos en zonas donde no existe ningún tipo de asistencia a los animales.
- Divulgar a través de comunicados, avisos, notas de prensa, charlas, folletos, afiches y conferencias, las diversas formas de maltrato que se cometen contra los animales, tratando de concienciar a la opinión pública para su protección.
- Promover la adopción de mascotas en situación de calle o abandono en hogares que se ocupen de cuidarlos responsablemente.
- Participar activamente en actividades, campañas y/o eventos que impulsen y promuevan la protección de los animales y sus derechos.

Desde su fundación, Aproa jamás ha tenido, ni mantiene actualmente, ningún tipo de apoyo económico de organismo alguno. De hecho, es una política de la asociación, no recibir ayudas económicas de ninguna institución oficial, gubernamental o empresa. Optaron voluntariamente por la autogestión, puesto que no desean que su labor se vea afectada en ningún momento, por intereses políticos o económicos, devenidos de algún aporte o donación recibida. Por lo tanto, su financiamiento procede principalmente del producto de sus consultorios veterinarios y de las cuotas aportadas por los socios voluntarios. No obstante, el

cobro de servicios y productos en sus consultorios es bastante módico. Su política en el manejo financiero, es recobrar la inversión de los insumos empleados en consulta y recuperar la dotación de recursos agotada. No incluyen ganancias en sus precios, a fin de mantener un costo solidario. Permitiendo así, que la ciudadanía proporcione asistencia veterinaria a sus mascotas de forma económica.

Siendo así, los ingresos de la institución son reducidos. Estos, se invierten en aspectos prioritarios, como costear el mantenimiento de sus albergues, la dotación de insumos médicos para los consultorios y la manutención de animales, mientras son adoptados. Por todo esto, ocurre que es poca la disponibilidad de recursos económicos para invertir en Social Media, aún y cuando se trata de un elemento determinante en la promoción y fortalecimiento de su gestión, a nivel de imagen en el entorno digital.

3. Análisis del sitio Web

La página Web es un espacio propio e identificativo de toda organización en Internet. Es mucho más amplio y característico, por sus dimensiones y naturaleza. Además, será el punto de remisión de los contenidos de las RRSS, razón por la cual resulta trascendental, evaluar su condición a fin de formular estrategias para optimizarla.



3.1 Auditoría SEO

SEO por sus siglas en inglés, Search Engine Optimization, traducido como optimización para motores de búsqueda, también denominado posicionamiento Web y/o posicionamiento en buscadores, es definido por Calvo (s/f) como el proceso de perfeccionar la visibilidad de un sitio Web en los diferentes buscadores, de manera orgánica, es decir, sin realizar pago alguno para destacarlo en los resultados de búsqueda.

Elogia, agencia española de Marketing y E-commerce, (s/f) define la auditoría SEO como la inspección técnica a una Web para analizar su potencial de posicionamiento natural en buscadores. Se trata de una evaluación, a partir de la revisión de criterios técnicos, que permite comprobar la condición del portal. A través de dicha revisión se puede elaborar una estrategia para optimizarla.

Para poder realizar un Plan Social Media completo, es necesario haber llevado a cabo una auditoría SEO, en la cual se evalúan los elementos que pueden perjudicar o beneficiar la ubicación de una Web en los buscadores. A continuación, se presentan los resultados de la Auditoría SEO aplicada al portal de Aproa.

- a. La Web www.builtwith.com determinó que la página oficial de la Asociación Pro-Defensa de los Animales www.aproa.org.ve, está construida desde el servidor Apache, con frameworks realizados en Dreamweaver y PHP. De igual modo, la información fue introducida al portal a través de los códigos XHTML, CSS y Javascript. Asimismo, la codificación se efectuó con ISO/IEC 8859.
- b. La página Web de Aproa no tiene contenido duplicado, procedente de otros portales Web, ni se ha plagiado información desde este portal a otro, de acuerdo con la búsqueda cometida.
- c. La velocidad de la página tiene calificación “F”, según el portal www.gtmetrix.com, en el que se indica que los mayores problemas que tiene la página web de Aproa son el almacenamiento de la memoria caché en el servidor, los recursos consistentes del servidor para la URL, la escala de las imágenes en el servidor, la compresión en formato ZIP y la combinación de las imágenes con el

código CSS. Estas características hacen que el portal cargue en 4,43 segundos y tenga un tamaño de 941 KB, lo cual significa que la página es lenta, por lo que esto debería mejorarse, de modo que cargue más rápido.

d. Con respecto al tiempo de permanencia de los usuarios, el ranking mundial la ubica en la posición: 4.210.113; mientras que a nivel nacional se halla en el puesto 28.458. Sin embargo, el análisis no arroja mayores resultados con información más específica.

e. La página www.aproa.org.ve posee 161 errores y 147 advertencias. Estos errores de carácter técnico deben ser modificados y restaurados para evitar que se ralentice el portal.

f. Según lo reseñado por la página www.validator.w3.org, el portal de Aproa tiene 1 link roto, 1 link con problemas para analizar y otro más que no responde por problemas con el servidor.

g. La búsqueda de palabras clave en Google AdWords arroja que las más relacionadas con las labores de Aproa tienen poca competencia, siendo el máximo de búsqueda de 12.100 para “perros”. En esta búsqueda se incluyeron las palabras: veterinaria, adopción, mascotas, perros, gatos, consultas, animales, cuidados y salud.

h. Para la búsqueda de título se utilizó en primer lugar la palabra Aproa, dando como resultado que es casi único en el mundo, ya que en Argentina también se busca. Además, Google Trends relacionó otro conjunto de palabras y arrojó que las más buscadas son: Aproa Caracas, Aproa en Caracas, Aproa Venezuela, Aproa Santa Mónica, Aproa adopción. Por otra parte, se utilizaron las palabras claves analizadas previamente que no arrojaron mayores cambios a los resultados previamente obtenidos.

i. Con respecto a los contenidos, la primera página está encabezada por las últimas noticias relacionadas con las mascotas, pero éstas no son de creación propia, sino publicaciones hechas por otros portales y citadas con su respectivo crédito.

j. Con respecto a la divulgación de contenidos, www.Likeexplorer.com indicó que la mayoría de estos son compartidos mediante Facebook con 149 puntos y por Twitter con 4 puntos.

k. La página Web es.majestic.com indica que el flujo de confianza es de 30 puntos, mientras que el flujo de citas desciende a 20. Por otra parte, precisa que hay 10 Backlinks externos, 2 dominios de referencia (Aproa y www.aproa.org.ve), por lo que también hay 2 IP relacionados. Con respecto a los Backlinks, el portal majestic indica que los backlinks, o enlaces entrantes, tienen una baja incidencia desde septiembre hasta abril. De hecho, solo se registran 5 picos, de los cuales 3 ocurrieron en febrero. Los enlaces registrados que desembocan en el portal de Aproa son: www.elartealrescate.com/adopci3n y www.tudiscoverykids.com/planeta-te-quiero-verde; en ambas direcciones Web se coloca a la asociación como un centro de adopción de mascotas.

l. Por último, el rango otorgado por www.calculatepagerank.com; entre 0 a 10, a la página www.aproa.org.ve es número 2, lo cual se considera bastante bajo con respecto a la evaluación hecha.

3.2 Auditoria de Contenido del Sitio Web

Su dirección es <http://www.aproa.org.ve> y actualmente no disponen de un departamento encargado de llevar la página Web y las redes sociales; es un trabajo administrado por la misma Directora de la fundación y algunos de los veterinarios y voluntarios, quienes como parte de sus funciones se ocupan de la gestión comunicacional de Aproa. En ocasiones, sus socios y/o personal, cuando disponen del tiempo, también ingresan a su Web para publicar algunos contenidos pero, éste no es un procedimiento planificado ni periódico. Existe mucha improvisación en el manejo del portal. En este momento, ocurre una marcada ausencia de personal especializado para llevar Social Media en la organización. Se ha detectado una conducción inadecuada del sitio Web, pues existe inconstancia, imprecisión y escasez de contenidos.

La página Web es su enlace virtual más amplio, contempla información de la Asociación y se divide en cinco secciones extensas denominadas Aproa, Adopciones, Extraviados, Actualidad y Campañas.

En el apartado “Aproa”, se encuentran las siguientes secciones:

- Inicio: remite la misma información expuesta en actualidad y campañas, presentadas en pequeños enlaces que muestran todos los títulos y las primeras dos líneas de contenido y da la posibilidad de ampliarlos con el botón de más (+).
- ¿Qué es Aproa?: despliega toda la información institucional, expresada en titulares: ¿Qué es Aproa?, ¿De qué se ocupa Aproa?, ¿Cuál es su financiamiento?, Logros, ¿Quiénes pueden ayudar? Cada uno expone particularidades de cómo funciona y su labor.
- Consultorios: indica las direcciones de sus consultorios en Caracas, ubicados en Los Chaguaramos y en San Luis. Además, mencionan los servicios de atención veterinaria que ofrecen al público.
- Protectoras de Animales: reseña una lista de organizaciones protectoras de los animales a nivel nacional, indicando dirección y contacto.
- Literatura: mantienen un único artículo que refiere la evolución histórica en la defensa de los derechos de los animales; también narra la historia de Henry Bergh, precursor en la defensa animal. No suben artículos nuevos, ni diferentes a éste.
- Adopta un amigo: la información es fija y explica brevemente las condiciones previstas por la institución para la adopción de mascotas en sus sedes.
- Colabora: señalan algunas formas de cooperar con la protección animal y con el trabajo de la institución. Sección fija, no varía la información.
- Domicilio: apunta el ofrecimiento de servicio a domicilio para vacunaciones y eutanasias, enviando a un experto paramédico y agregando las formas de contacto.
- Servicio gratuito: indican las condiciones en las que prestan sus servicios gratuitamente, en general para animales en condición de calle y/o abandono.
- Enlaces: mantienen cuatro enlaces permanentes a instituciones vinculadas con su labor: Asociación Nacional Amigos de los Animales, Asociación para la Defensa de los Derechos del Animal, ambas de España, Asilo para Animales Maltratados y Organización de Rescate, ubicada en Margarita, y World Society for The Protection of Animals, con sedes a nivel mundial.

- Contáctenos: asienta las direcciones, números telefónicos y correo electrónico de los consultorios.

La sección *Adopciones* publica anuncios de animales en adopción, clasificados por especies: gatos, perros y exóticos. Nuevamente, enlazan a la sección de contacto. La información no se mantiene al día.

Otra sección de la página es *Extravíos*, divulga información de mascotas reportadas como perdidas, se encuentra bajo los mismos parámetros de clasificación que la pestaña anterior, por tipo de animal.

La pestaña *Actualidad* se divide en secciones a saber:

- Noticias: reseña noticias vinculantes a la gestión en protección animal. Todas son tomadas y referidas de otros portales Web, Agencias de Noticias y páginas oficiales de organismos e instituciones.
- Operativos: refieren jornadas de vacunación, esterilización y adopción que realizan. La información no ha sido actualizada desde el 14 de abril de 2014.
- Denuncias: es un apartado para gestionar denuncias; sin embargo, no posee formas de ingreso de contenido por parte de los usuarios y la información no se renueva desde el 14 de septiembre de 2013.
- Salud Animal: exhibe contenidos dedicados a cuidados y atenciones en pro de la salud animal. No publican información novedosa desde el 03 de abril de 2014.
- Legal: refleja notas informativas de acciones y políticas que surgen en materia legal para la protección animal. No se ha publicado nuevo contenido desde el 10 de junio de 2014.
- Boletines: es un archivo de todos los Boletines emitidos por la institución en su sección dominical del Diario Últimas Noticias. La información renovada domingo a domingo.
- Servicios a domicilio: contiene la misma información que la pestaña *Domicilio* de la sección *Aproa*.

- Servicio a la Comunidad: Refleja la misma información que el apartado de *Extraviados*.

Finalmente, la sección *Campañas* refleja información, tal y como lo expone su nombre, de campañas que llevaron a cabo en años anteriores. Los datos se clasifican por el tipo de animal o actividad: toros, delfines, gallos, circo, tráfico, consumo, experimentación, pieles, osos y coleo. La información se encuentra en estado desactualizado, ya que aún y cuando mantienen campañas no lo señalan. En algunos casos, no actualizan desde el 2009 y en otros, los más recientes, datan del 2013.

La interacción a través de la Web con el público no se produce, pues no dispone de espacios o secciones para comentarios. En los casos de adopción o extravío de mascotas, debe ser gestionado directamente en la oficina de la asociación o mediante un correo electrónico, que podría requerir confirmación vía telefónica de la información previa a la publicación. No hay un espacio para que los usuarios cuelguen directamente la información, y en caso de que deseen reportar datos del animal perdido o quisieran adoptar alguno, deben acudir o llamar directamente a la fundación. Esto hace más engorroso los procesos, pues supone que las personas se movilicen hasta sus sedes o que ocurran adopciones de animales, fuera de sus instalaciones sin firmar el compromiso que Aproa incluye como protocolo de adopciones, y otros procedimientos que permitirían el seguimiento de los casos. Siendo así, hay riesgo de que los animales sean entregados a personas y/o actividades no aprobadas e incluso ilícitas.

La Web carece de enlaces a blogs, pues la institución no posee un blog propio. Pero tampoco refiere a blogs de sus miembros o algunos con información relacionada o de interés. Siendo así, se pierde la oportunidad de proporcionar o enlazar contenidos de valor a través de Blogs de personas o instituciones vinculadas, que podrían a su vez interactuar con la organización y posicionar post que pudieran llevar al portal de Aproa desde otras páginas y/o redes sociales. Los enlaces son insuficientes, y en su mayoría mencionan a instituciones extranjeras, cuando podría potenciarse la información enlazando a los portales o Blogs de las instituciones que enlistan como protectoras de animales a nivel nacional.

A pesar que la página Web contiene buenos post, no son contenidos propios. En este sentido, una organización debe generar artículos, comunicados e información en general de su autoría, más si se trata de una institución pionera como lo es Aproa, en su campo de acción.

Su información principal no resulta de fácil ubicación, lo que genera dispersión del usuario al momento de buscar datos exactos de la asociación. Al respecto, se precisa dar mayor relevancia a la ONG dentro de su portal para obtener atención y tiempo de permanencia de sus usuarios, quienes al no contar ni siquiera con un mapa del sitio pueden optar por salir o acudir a otras páginas en Internet.

4 Análisis General del Manejo Social Media de Aproa

Durante los meses en los cuales se desarrolló la investigación, se hizo una revisión mensual de su sitio Web y sus RRSS, para verificar periódicamente sus contenidos, la interacción con la audiencia y la variación en el número de seguidores.

En esta sección se muestran los resultados obtenidos mediante el análisis de todos los canales de comunicación de Aproa en el entorno digital. Se examinó su portal Web, y las redes sociales que posee, Facebook y Twitter, mediante una guía de observación y registro, diseñada y completada por el investigador con la intención de dejar sentada la información de modo pertinente. Completando así, el diagnóstico necesario para la elaboración de un Plan Social Media.

La Guía de Observación y Registro fue llenada debidamente, a partir de una revisión mensual, durante 8 (ocho) meses, desde septiembre del 2014 hasta abril del 2015. Exploración que data desde los comienzos de la investigación, cuando se elaboraba el Anteproyecto de Trabajo de Grado que derivó en la investigación que hoy se despliega.

Seguidamente, se adjunta la evaluación de la Guía de Observación y Registro definitiva, en la cual se incorporan las tres unidades evaluadas, a fin de facilitar su revisión y análisis de forma práctica en la estructuración del Plan Social Media.

4.1 Resultados de la Guía de Observación y Registro en el diagnóstico del manejo Social Media de Aproa.

A continuación, se incorporan los resultados obtenidos en la observación de las RRSS y Web de Aproa. La sección de registro de seguidores se especifica, posteriormente, en el análisis correspondiente de cada red.



Guía de Observación y Registro

El presente instrumento ha sido diseñado en el marco del desarrollo del Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones,** para optar a la Licenciatura en Comunicación Social. La información obtenida será empleada únicamente con fines académicos, para registrar información en la fase de diagnóstico de la investigación en atención a los objetivos propuestos.

Sección I. Publicación de Contenidos.

Cuadro 32.

Ítems	Web/Redes Sociales		
	Página Web	Facebook	Twitter
1. ¿Publican nuevos contenidos frecuentemente?	Si. Por lo menos semanalmente.	Con regularidad variable. Por períodos publican con frecuencia y otros escasamente postean información.	Escasamente. Los períodos de publicación son variables pero siempre largos y esporádicos.
2. ¿Publican contenidos informativos?	Propios de la institución muy poco. Noticias de otras fuentes si publican constantemente.	Raramente. Cuando publican noticias son desde referenciadas de otros portales, fanpages y/o perfiles. Nunca son propias.	No. Nunca los tuitean.

Ítems	Web/Redes Sociales		
	Página Web	Facebook	Twitter
3. ¿Publican contenidos institucionales? (Difusión de valores, misión y visión)	No. Mantienen una sección fija sobre la organización, más no los postean.	Casi nunca. Se limitan a indicar que apoyan acciones afines a su labor cuando comparten publicaciones.	No. Jamás tuitean información institucional.
4. ¿Enlazan los contenidos publicados entre portal Web y sus RRSS?	Nunca enlazan contenidos de la página Web a las RRSS.	Tienen un icono fijo de la Web a su fanpage. No enlazan post del fanpage al portal.	Nunca.

Sección II. Frecuencia de Publicación.

Cuadro 33.

Ítems	Web/Redes Sociales		
	Página Web	Facebook	Twitter
1. Periodicidad de las publicaciones:	Diaria: _____ Semanal: <u> X </u> Mensual: _____ Trimestral: _____	Diaria: _____ Semanal: _____ Mensual: <u> X </u> Trimestral: _____	Diaria: _____ Semanal: _____ Mensual: _____ Trimestral: <u> X </u>
2. Pertinencia de las publicaciones en función de la agenda de la organización:	Muy Adecuada: _____ Adecuada: _____ Inadecuada: <u> X </u> Muy Inadecuada: _____	Muy Adecuada: _____ Adecuada: _____ Inadecuada: <u> X </u> Muy Inadecuada: _____	Muy Adecuada: _____ Adecuada: _____ Inadecuada: _____ Muy Inadecuada: <u> X </u>
3. Tiempo de respuesta a los requerimientos de su comunidad digital.	No disponen de espacios para comentarios, ni publicaciones de los usuarios.	Inmediato: _____ Breve: _____ Demorado: <u> X </u> Tardío: _____	Inmediato: _____ Breve: _____ Demorado: _____ Tardío: <u> X </u>

Sección III. Interacción con los seguidores

Cuadro 34.

Ítems	Web/Redes Sociales		
	Página Web	Facebook	Twitter
1. ¿Publican contenidos orientados a	Cuentan con secciones de Operativos,	Principalment e comparten publicaciones de	Retuitean información de extravíos de

responder los requerimientos de su comunidad digital?	Denuncias y Servicio a domicilio, más no publican desde el año 2014.	extravíos de mascotas.	mascotas.
2. ¿Responden pertinentemente los requerimientos de su comunidad digital?	Al no contar con espacio para comentarios no aplica. En la sección de mascotas extraviadas si publican las solicitudes de búsqueda de los usuarios.	No contestan los comentarios de sus seguidores.	No responden los tuits de sus seguidores.
3. ¿Interactúan en atención a los comentarios de su comunidad digital?	No existe interacción.	No ocurre la interacción, pues al postear una información no responden los comentarios que genera.	Solo retuiteando información de adopciones y extravío de mascotas.
4. ¿Demuestran interés en atender oportunamente los requerimientos de su comunidad digital?	En todos los medios digitales de Aproa se refleja que no existe atención a los requerimientos de sus usuarios. No por un tema de interés sino a causa de no contar con el personal que atienda y responda oportunamente estas solicitudes.		
5. ¿Incrementa el número de seguidores en sus RRSS con frecuencia?	El número promedio de visitantes se mantiene regularmente.	No. El incremento de seguidores es bajo.	No. El incremento de seguidores es bajo.
6. ¿Se evidencia interacción asertiva por parte de su audiencia digital?	No existe oportunidad de interacción.	Pese a la respuesta inexistente de Aproa los asiduos de su Fanpage son bastante activos, generando comentarios y participación en torno a sus publicaciones.	Aunque la frecuencia de publicación es mínima, los tuiteros continúan haciendo menciones a Aproa en tuits referentes a su labor.

En general, el manejo comunicacional de Aproa a través de sus medios digitales resulta pasivo, inconstante e inconsistente, en términos de contenidos, frecuencia y temática de sus publicaciones. No postean contenido institucional, disminuyendo así las posibilidades de reforzar su propósito en la audiencia. No dan oportunidad de interacción, lo cual notoriamente limita la capacidad de respuesta, intercambio y participación de su público. Al no precisar datos o facilitar espacios para comentarios, se pierde la ocasión de suministrar información en la vía digital, pues muchas de sus gestiones requieren una llamada telefónica o acudir a sus instalaciones, lo cual podría desmotivar y reducir acciones favorables por parte del público a su fundación.

4.2 Resultados de la Consulta a Expertos en Social Media en Fase Diagnóstica

Conjuntamente con el Registro de Observación llevado a cabo por el investigador, se aplicó una consulta a expertos en Social Media, mediante un instrumento (Anexo G), con la finalidad de aportar un sustento académico y profesional a la propuesta elaborada. Los resultados arrojados en dicha consulta contribuyeron al diseño de este plan, en dos aspectos fundamentales: diagnóstico y contenido. Los expertos realizaron una evaluación de los medios digitales de Aproa, la cual se incorporó para tener un panorama, ampliamente avalado, de la situación del manejo de Social Media de Aproa antes de proponer el plan.

Los especialistas a quienes se acudió fueron los siguientes:

1. Lic. Rosa Fagúndez. Ciberperiodista, Asesora Digital. Profesora de Periodismo y Locución en la Escuela de Comunicación Social – Universidad Central de Venezuela.
2. Lic. Sonia Zamora. Comunicadora Social. Universidad Santa María, Núcleo Oriente Comunicación Corporativa. Especialista en Redacción Creativa y Redes Sociales.
3. Lic. Katuska Rojas. Comunicadora Social. Universidad Santa María. Community Manager. Agencia Nölck Red América.

Todos estos profesionales fueron consultados, considerando su formación académica y experiencia profesional en el área, por constituir un referente que sustenta y valida la fabricación de la propuesta.

Cuadro 35. Consulta a Expertos en Social Media en Fase Diagnóstica

Expertos	Como experto en el área Social Media ¿Cómo percibe el manejo de Aproa en el entorno digital y las Redes Sociales en la actualidad?
1. Lic. Rosa Fagúndez	Percibo que hoy día Aproa se ha hecho notar más en el campo digital, específicamente en redes como Facebook y Twitter. Es importante tal cambio, implica que su mensaje llegará a mayor cantidad de personas, al tiempo que informa, aporta, ayuda e interactúa con una audiencia cuyas necesidades Aproa podría resolver o facilitarle, tareas cónsonas con su actividad. Sin embargo, aún falta recorrido: experimentar más, innovar más, interactuar más, lo que aportará experiencias y mayores posibilidades de crecimiento y desarrollo. Apenas es un comienzo, pero sin duda traerá grandes logros a mediano y largo plazo.
2. Lic. Katuska Rojas	En Twitter: Estático y desactualizado. Su último Tweet fue la primera semana de febrero. En Facebook se mueve mucho más, tienen una comunidad interesante, pero no le responden a sus seguidores, cosa que los hace fríos y distantes. La Web es bastante desorganizada y tiende a ser repetitiva, amerita ser renovada en imagen y actualizada en contenidos.
3. Lic. Sonia Zamora	En Twitter, considero que deben aportar más información de interés para el público que los sigue y, si bien los RT para ustedes son útiles, yo disminuiría la cantidad. La página web requiere de un refrescamiento. En Facebook no es muy diferente. Es evidente que requieren de un Plan de Social Media pensado y ajustado a la necesidad de cada espacio digital.

La evaluación de los expertos coincide con la observación registrada por el investigador; aunque Aproa tiene presencia digital con una comunidad online

interesante, se encuentra en una fase incipiente. A pesar de que llevan varios años en las RRSS, su manejo aún es precario, pues su conducción es estática y desactualizada. Requieren de un refrescamiento y conferirse un Plan Social Media debidamente planificado. Si la organización se enfoca, renueva e interactúa en sus redes de manera más eficiente, puede consolidar logros significativos a mediano y largo plazo.

5. Revisión General de Redes Sociales

5.1 Red Social: Facebook

Su fanpage de Facebook, es el medio digital en el cual reciben más seguidores. Se ubica mediante el link: <https://www.facebook.com/aproa.org.ve?fref=ts>. No publican con una periodicidad específica, en ocasiones lo hacen a diario y en otras oportunidades demoran una semana o más entre una publicación y la siguiente. Su página es empleada fundamentalmente para promocionar mensajes y contenidos favorables a la protección animal.



En la *Biografía*, para abril de 2015, habían publicado hasta el día 29. La mayoría de los post son mensajes reflexivos sobre el amor hacia los animales, reprochando el maltrato animal y denunciando situaciones de agravio a las mascotas. También, comparten noticias positivas para los amantes de los animales, con información sobre acciones favorables que tengan lugar a nivel nacional e internacional. Todas las publicaciones son procedentes de diversas fuentes, bien sea de perfiles de esta misma red social o de portales de Internet. No existe generación de contenidos propios, con datos informativos o institucionales, a excepción de la publicación del Boletín del Diario Últimas Noticias, que comparten cada domingo. Promueven la adopción de mascotas, pero con menor frecuencia que en su página Web y en Twitter.

En *Información* exhiben los siguientes elementos:

- Descripción breve: donde reza que la Asociación Pro-Defensa de los Animales es una Asociación Civil, sin fines de lucro, dedicada a proteger los derechos de los animales.
- Perfil de la empresa: cuenta cómo y en qué fecha fue fundada y a las asociaciones a las que se encuentra adscrita.
- Misión: apunta que es una Asociación Civil, sin fines de lucro, dedicada a proteger los derechos de los animales.
- Productos: es una sección que resulta bastante larga pues copian el contenido textual de las secciones de su Web, ¿De qué se ocupa Aproa? ¿Cuál es su financiamiento?, Logros y ¿Quiénes pueden ayudar? En lugar de mencionar los servicios y productos que ofrecen, como corresponde a la sección que ocupa.

Finalmente, apuntan brevemente sus teléfonos, correo electrónico y dirección de Internet.

En *Fotos* tienen 79 álbumes propios, no obstante, el más reciente se subió hace un año. En estos, comparten fotografías de actividades, celebraciones, jornadas y adopciones, así como fotografías alusivas al cuidado y protección animal. Poseen

fotos que comparten en la biografía y en las que algunos usuarios los etiquetan con mensajes reflexivos y/o promoción de mascotas en busca de hogar.

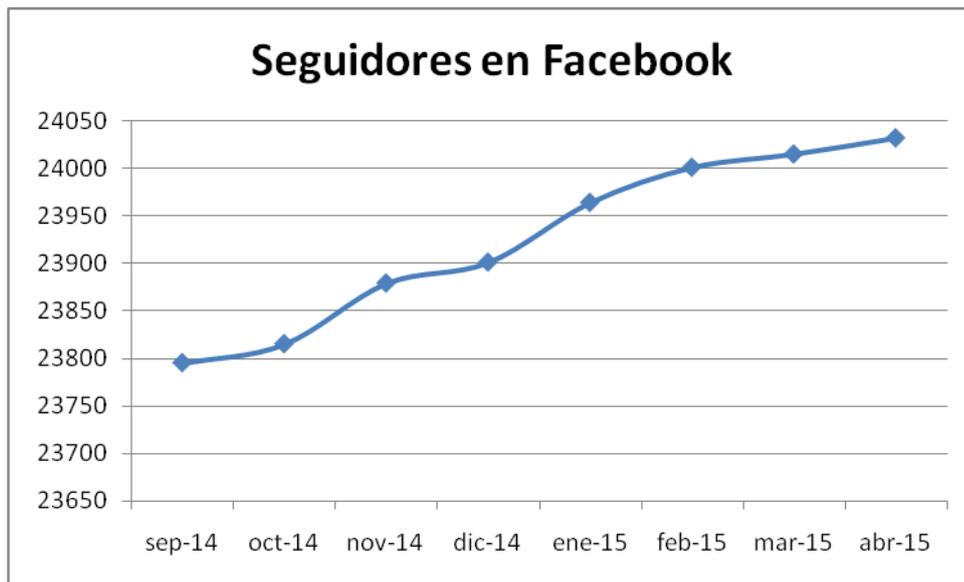
En el botón “Más” en la cual pueden compartirse notas y videos, cuentan solo con una nota publicada en 2010, referida a su posición frente a una discusión en legislación animal que se llevaba a cabo en la Asamblea Nacional y no han subido ningún video hasta el momento.

A continuación se exhibe el flujo de seguidores en el fanpage, para el período estudiado.

Cuadro 36.

Flujo de Seguidores en Facebook	
Meses	Número de Seguidores
sep-14	23.795
oct-14	23.815
nov-14	23.879
dic-14	23.901
ene-15	23.964
feb-15	24.001
mar-15	24.015
abr-15	24.032

Gráfico 9. Seguidores en Facebook por mes



5.2 Red Social: Twitter

En Twitter, su cuenta @aproave con dirección <https://twitter.com/aproave> cuenta con 1211 seguidores y para abril de 2015 no tuiteaban desde el 8 de febrero. El uso de la cuenta se orienta a promover la adopción de animales, difundir fotografías de mascotas que usuarios reportan como extraviadas y anunciar aquellas que han recibido en sus sedes o que usuarios han encontrado, a fin de localizar a sus dueños. De igual modo, difunden noticias e informaciones vinculantes a los derechos animales, pero con menor frecuencia que en Facebook y la Web. La mayoría de sus publicaciones son RT, de tuits en los que fueron mencionados.



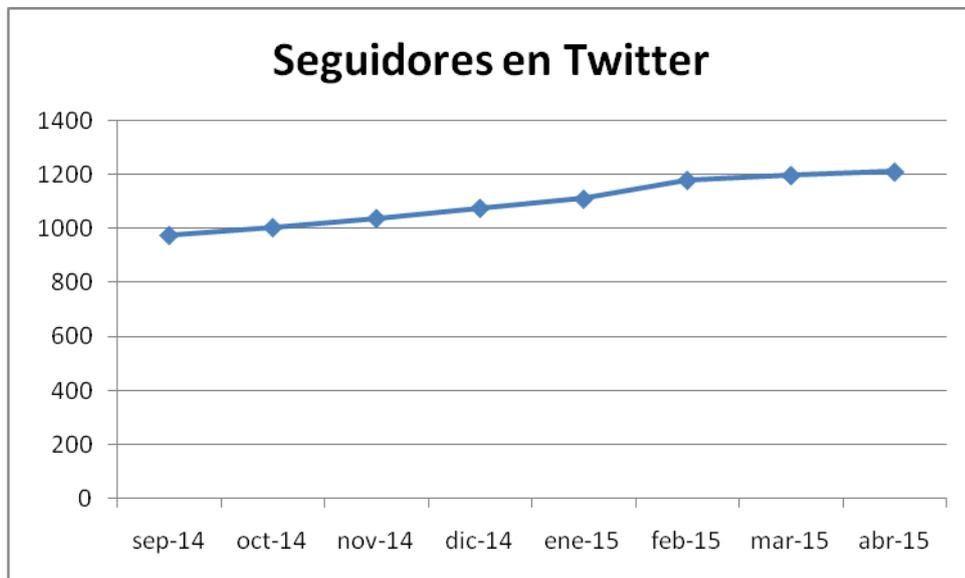
Solo siguen 52 cuentas de entes y/o autoridades vinculadas a la labor de protección animal. No han marcado nunca tuits como favoritos y no manejan listas de seguidores. En fotos y videos, solo han publicado 9 fotografías propias y ningún video.

A continuación se puede observar la evolución de sus seguidores para esta cuenta, en el tiempo estudiado.

Cuadro 37.

Flujo de Seguidores en Twitter	
Meses	Número de Seguidores
sep-14	975
oct-14	1.004
nov-14	1.038
dic-14	1.076
ene-15	1.110
feb-15	1.180
mar-15	1.198
abr-15	1.211

Gráfico 10. Seguidores en Twitter por mes



Concluyendo con la exploración a sus RRSS, en la última revisión, antes de ensamblar el diseño de la propuesta como tal, en abril de 2015, Aproa contaba con 1.211 seguidores en Twitter, mientras que para Facebook el número final de seguidores registrados fue de 24.032. Es decir, en 7 meses, la organización incrementó 236 seguidores en Twitter y 237 fans en Facebook.

Esto, sugiere que el aumento mensual de su audiencia, en Facebook y Twitter, fue de 34 personas aproximadamente. Obteniendo así un incremento de 0,98% de su público en Facebook y de 19,4% de sus seguidores en Twitter.

Se considera que el crecimiento alcanzado en los asiduos a sus RRSS no fue significativo, en función de la duración del registro y de la cantidad total de seguidores con los que ya contaban. Estableciendo un promedio mensual, Aproa estaría ganando solo un asiduo por día a sus RRSS. Esta es una cantidad bastante baja, en función de los niveles de penetración que tienen las RRSS en Venezuela, evidenciados en la fundamentación teórica de este estudio.

6. Análisis DAFO

Para la implementación de un plan de acción en Social Media es primordial establecer la situación de la organización. Reconociendo las fortalezas y debilidades, a nivel interno, así como las oportunidades y amenazas existentes en su entorno. A partir de ese conocimiento, se puede esbozar la dinámica con que se trabajará, porque constituye un cimiento de ubicación organizacional.

Es un ejercicio de valoración de las condiciones favorables y desfavorables, que traza el contexto situacional y establecer un conocimiento institucional propio que facilite el registro de las pautas, requerimientos y aspectos a abordar en el plan.

El conocimiento es una fuente de poder para una organización. Suministra información de su desempeño, posibilidades, restricciones, riesgos y proyecciones. Es lo propio a desarrollar, en la fase inicial de producción del Plan Social Media para sentar un precedente. Permitiendo así tener una condición referencial que admita evaluar el escenario posterior, generado luego de su cumplimiento, y poder apreciar oportunamente su evolución y resultados.

A continuación se presenta el análisis DAFO de Aproa en la matriz correspondiente:

Cuadro 38. Análisis DAFO

ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO	
DEBILIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • No dispone de un departamento encargado especialmente del manejo comunicacional. • Desconocimiento de la importancia y alcances las Redes Sociales y Web. • Manejo inadecuado de las RRSS y Web. • Inexistencia de un plan para el abordaje oportuno de RRSS y Web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es una institución que goza de aceptación favorable en la opinión pública y de reconocida trayectoria en el país. • Pertenece a asociaciones nacionales e internacionales que agrupan organismos de protección animal. • Ha contribuido significativamente en la modificación de normativas y Leyes en materia de regulación animal en el país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excesiva demanda de atención animal a nivel nacional para las dimensiones y capacidad de la organización. • Desconocimiento del público de las limitaciones económicas de la organización la gente no sabe que no reciben dinero del Estado. • No percibir apoyo financiero porque es política de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de alianzas estratégicas con instituciones afines a la protección animal para diferentes actividades comunicacionales. • Formalización del vínculo con instituciones educativas que les brindan personal para apoyar su gestión comunicativa. • Solicitud de apoyo de recursos a particulares y/o mediante jornadas especiales.

ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO	
DEBILIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Rotación consecutiva del personal voluntario susceptible de cumplir funciones en manejo de RRSS y Web. • No contar con equipos de computación para el manejo de Social Media. • Mínima interacción con su audiencia a través de las RRSS y Web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Publican un boletín "De los Derechos de los Animales", en una sección dominical en el diario Últimas Noticias. • Disponen permanentemente de personal voluntario para múltiples actividades. • Seguimiento espontáneo en sus RRSS. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión comunicacional asertiva de otras organizaciones afines. • Vinculación política al gobierno de turno, en temas legislativos, lo que podría generar rechazo en determinados sectores de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del voluntariado del público en general en el apoyo de sus funciones. • Obtener manejo especializado de su imagen Social Media sin generar gastos adicionales. • Auge de las RRSS y Web en la promoción de la protección animal. • Aumentar el número de seguidores a sus RRSS. potenciar el tráfico Web e interacción con su público a través del Social Media.

7. Análisis del mercado y la Competencia

Por tratarse de una fundación sin fines de lucro, no está planteada posibilidad alguna de que tengan competencia directa, pues su labor va en atención de una acción y no en función a una marca, producto o servicio.

Aproa es la abanderada de las organizaciones de su naturaleza en el país, pero en todo caso, no se encuentra en competitividad con las demás organizaciones de su clase. Por el contrario, la existencia de instituciones similares maximiza la prosecución al logro de su propósito. Así, se favorece el hecho de trabajar mancomunadamente tanto offline como online en pro de la acción que las vincula, la defensa de los derechos y la protección animal. De hecho en ciertas ocasiones, han tenido labores conjuntas y se mencionan en las redes, pero indudablemente este es un aspecto a potenciar exponencialmente en el plan de Social Media.

La idea consiste, entonces, en mantener la primacía y reconocimiento de Aproa con el trabajo desarrollado en Social Media, empleando este aspecto favorable para fortalecer las acciones a ejecutar, pero no es el fin último sino un medio para gestionar benignamente a la organización en su entorno digital.

8. Justificación del Plan Social Media

Ante el panorama detectado, se evidencia la necesidad de diseñar y aplicar un Plan Social Media para Aproa a fin de mejorar su presencia e interacción en las comunicaciones digitales. Es lícito renovar el portal Web y mejorar el uso de las RRSS en su manejo digital. Además es notorio que demanda personal especializado en el manejo de redes para la oportuna promoción de actividades y campañas que generen atención, recursos, adopciones, participación en jornadas y fundamentalmente permitan contar con personal capacitado para gestionar eficiente y acertadamente sus medios sociales.

Aproa es una organización que hasta el momento ha postergado el manejo digital de sus relaciones públicas. Las dimensiones del trabajo que realiza en otras áreas, no le ha permitido que se desarrolle ampliamente su administración en Web y RRSS. Justamente esta propuesta plantea perfeccionar esta labor. En este

particular, es fundamental que la fundación reconozca la necesidad, y al mismo tiempo la contribución que conlleva la actualización y permanencia adecuada en el Social Media.

Disponer de una identidad digital otorga reconocimiento en un entorno que ha redimensionado el manejo comunicacional de las instituciones. Además por la razón social de Aproa es una oportunidad práctica y económica para darse a conocer y promover su trabajo.

En general, tener participación en las RRSS, mediante un plan estructurado resulta favorable pues son la principal herramienta de autopromoción digital, permite el flujo de información dinámico y constante, amplía el rango de acción en diferentes ámbitos, moderniza la imagen de la fundación. De igual manera, mantiene a los seguidores actualizados sobre la gestión, datos y actividades que se realizan, aumenta la capacidad de respuesta al público y vincula con otros profesionales, fundaciones y colaboradores asiduos a la causa.

9. Objetivos del Plan Social Media

9.1 Objetivo General:

Promover una imagen positiva de Aproa mediante una propuesta que optimice su manejo comunicacional en Social Media y se ajuste a los requerimientos académicos para que sea ejecutado por estudiantes de la ECS-UCV que cumplan Pasantías y/o Servicio Comunitario.

9.2 Objetivos Específicos:

1. Dar a conocer y promover la labor de la ONG mediante acciones en RRSS y Web.
2. Mejorar la imagen de Aproa mediante la producción de una identidad digital renovada y apropiada.
3. Creación de estrategias comunicacionales que respondan de forma oportuna al manejo de las RRSS y Web.

4. Describir las herramientas necesarias para cumplir con la elaboración del Plan Social Media.
5. Desarrollar grillas para compartir contenidos con los usuarios de las redes sociales.
6. Abrir perfiles en RRSS distintas a los que ya posee la institución, procurando insertarse en otros ámbitos referidos al fortalecimiento de sus comunicaciones.
7. Establecer una comunidad de seguidores activa e identificada con la comunicación online de Aproa.
8. Ofrecer contenido de interés para entretener y motivar a la comunidad de seguidores en las distintas plataformas.

10. Asesoría de Expertos en Social Media en Fase de Diseño del Plan Social Media

Entendida la necesidad de la implementación de un plan, se requiere una adaptación oportuna, en función de los requerimientos comunicacionales de la organización y las características de cada RRSS. Una vez más se incorpora la entrevista realizada a los expertos en Social Media (Anexo G) como revisión de las estrategias sugeridas por los expertos en función de la naturaleza y objetivos de la organización.

Cuadro 39. Asesoría de Expertos en Social Media en Diseño del Plan Social Media

Expertos	En su opinión ¿Cuáles serían los aspectos fundamentales en el diseño de un Plan Social Media para Aproa?
1. Lic. Rosa Fagúndez	Consideraría inicialmente: diagnósticos previos, concebir una completa ID de la organización, marca, producto o servicio (definir misión, visión, valores, diseñar estrategias, planes, metas); también señalar objetivos como su brújula organizacional, demarcar un público o audiencia con quien interactuar; posibilidades efectivas de contactos profesionales, así como implementar planes, medirlos, difundirlos y crecer con sus conclusiones y logros.
2. Lic. Katuska Rojas	Tomaría en cuenta la frecuencia de publicación y la adecuación de contenidos para Web. Activaría la cuenta de Twitter, apoyada en otras organizaciones en pro de los animales. Responder a los seguidores y programar información fija como dirección de sedes, horarios, entre otros es súper importante.
3. Lic. Sonia Zamora	Es fundamental la definición de objetivos, análisis del sitio Web, evaluación del contenido divulgado, Análisis de la competencia, orden y establecimiento de una parrilla de contenido diaria, para organizar y administrar mejor cada espacio dependiendo de la audiencia y el tipo de formato.

Todas las consideraciones suministradas por los expertos fueron consideradas e incluidas en la preparación de la estrategia global en Social Media para Aproa como se podrá reflejar en dicho apartado.

11. Contenidos a Destacar en el Plan Social Media

En el proceso de evaluación y diseño se contactó en varias entrevistas y reuniones a Aproa para determinar aquellos contenidos que deseaban destacar en sus Redes Sociales y Web. Son cuantiosos y variados en función del logro de los

objetivos que mantiene la organización. Se analizaron, revisaron y agruparon de acuerdo a su tipología y característica de la forma que se presenta a continuación:

- a. Respeto por los animales: la intención es que la gente aprenda a tener consideración por los animales, a reconocerlos como seres vivos. Aunque no los quieran tener consigo, tienen que respetarlos, defenderlos, no maltratarlos y denunciar a quienes lo hacen.
- b. Atención y procesamiento de denuncias: el propósito es combatir las prácticas de maltrato animal como las peleas de gallo, las corridas de toros, las peleas de perros y en general cualquier acción humana que menoscabe el derecho animal. Aproa cuenta con personal y abogado para recibir y procesar denuncias de maltrato y llevarlas hasta las instancias legales correspondientes para que se resuelvan oportunamente. También la organización funge enlace entre los organismos oficiales que regulan la materia y la ciudadanía.
- c. Adopción de animales en situación de calle: una de las banderas de Aproa es que se adopten mestizos y que no se compren perros de raza. Que reciban en los hogares mascotas que nacieron en la calle o que fueron abandonadas por sus anteriores dueños.
- d. Esterilización: es una estrategia prioritaria tanto para animales domesticados y los que se encuentran en situación de calle. Porque el apareamiento es natural para la fauna, es instintivo, si no existe ningún control de su natalidad en el país se intensifica la problemática. Aunque el animal tenga una persona responsable de él, es muy difícil mantener a más de 1 o 2 mascotas. Entonces la esterilización es un acto de conciencia, a favor de los animales. Pueden reproducirse siempre y cuando estén garantizadas las condiciones para que tengan una vida saludable y adecuada.
- e. Campañas de concientización y educación: aunque se ha avanzado mucho en materia de protección a la fauna por parte de la sociedad venezolana, se debe seguir educando para que todos aprendan acerca de las regulaciones, cuidado y protección en materia animal. La educación es fundamental. Hay que generar campañas formativas porque además promueven la conciencia, el reconocimiento, el respeto y se pueden concretar su reconocimiento como

seres vivos que coexisten con la humanidad con quienes se comparte el mismo planeta y sus recursos.

- f. Revisión y promoción de Leyes y Normas vinculantes: este es un aspecto fundamental por el cual, la institución ha luchado permanentemente, que se examinen la legislación vigente, como la Ley para la Protección de la Fauna Doméstica Libre y en Cautiverio. Hay aspectos que deben revisarse porque requieren modificaciones. Al criterio de la institución, las leyes existentes procuran la protección de los animales desde la prominencia de las personas sobre ellos. Esta petición, en específico, está siendo canalizada por voluntarios y por Internet con un movimiento denominado “De patitas en la calle” La Red de Apoyo Canino y más de 100 organizaciones, incluyendo a la Misión Nevado.

Cada contenido fue considerado y valorado, como supone la intención de Aproa que sea comunicado, por ello se contemplan y aplican en el marco de la estructuración de los objetivos y acciones del Plan Social.

12. Contenidos de Valor estructurados para el Plan Social Media

El contenido de valor es aquel que se construye y redacta estratégicamente en función de los objetivos del Plan Social Media y son utilizados para alcanzar su propósito. Con respecto a las necesidades comunicacionales detectadas y los contenidos que se desean destacar, se construyeron los contenidos de valor que se presentan a continuación:

- a. Palabras Claves: incorporar contenidos y titular con las palabras más empleadas en búsquedas relacionadas a Aproa como lo son: Aproa Caracas, Aproa en Caracas, Aproa Venezuela, Aproa Santa Mónica, Aproa adopción. También incorporar palabras clave referidas a la labor de Aproa, que además son sugeridas por el buscador Google, tal y como: animal, animales, protección animal, defensa animal, derechos animales, cuidado de mascotas, animales mestizos, adopción de mascotas, animales domésticos, mascotas de calle, mascotas en adopción, adoptar perros, adoptar perros en Caracas, adoptar perros en Venezuela, adopción de gatos.

b. Información General: la dirección y teléfonos de los consultorios, horarios de atención al público y costos de los servicios son los datos más solicitados vía telefónica y por las RRSS. Aproa generalmente da la información por teléfono y nunca la suministra en las redes. Por esta razón se concretan los siguientes cuadros informativos como respuesta a esa necesidad detectada.

Cuadro 40.

Información General Aproa		
Consultorios	Dirección y Teléfonos	Horarios de Atención
Consultorio Veterinario Dr. "D. Santiago".	Los Chaguaramos, calle Aranda, entre Calles Facultad y Ciencias. Qta. Sarín. Caracas. Teléfono: (0212)-6623576	Lunes a Viernes: 8:00 am a 6:00 pm Sábados y Domingos: 9:00 am a 5:00 pm
Consultorio Veterinario "Albert Schweitzer"	Cotiza, San Luis a Santa Elena. N° 3-B. Caracas. Teléfono: (212)-5510883	Lunes a Viernes: 8:00 am a 6:00 pm Sábados: 9:00 am a 5:00 pm
La consulta se atiende por orden de llegada. Las vacunaciones, esterilizaciones y otros servicios quirúrgicos se atienden previa cita.		

Cuadro 41.

Costos de Servicios Aproa	
Servicio	Precio
Consulta General	300 Bs.
Peluquería	300 Bs.
Vacunas	200 Bs.- 400 Bs.
Desparasitación	200 Bs.
Esterilización Perro Macho	800 Bs.
Esterilización Perro Hembra	1.000 Bs.
Esterilización Gato Macho	700 Bs.
Esterilización Gato Hembra	900 Bs.

Las personas también solicitan información referida a la adopción de mascotas en los consultorios de Aproa, de manera que se organizan los datos correspondientes a continuación:

Cuadro 42.

Información para Adopción de Mascotas	
Requisitos	Procedimientos
1. Firmar el compromiso de Adopción. 2. Vacunar a la mascota 3. Esterilizar a la mascota. 4. Llevar a la mascota regularmente a consulta.	1. Acudir al Consultorio, las adopciones son estrictamente presenciales. 2. Suministrar los datos de la persona que realiza la adopción. 3. Cumplir con TODOS los requisitos.
La consulta y servicios médicos a mascotas adoptadas en los consultorios de Aproa tienen un precio especial.	

Se insta a revisar permanentemente, los datos solicitados con mayor frecuencia y generar cuadros informativos, para incluirlos en las publicaciones periódicas en las RRSS y en la Web. Estos cuadros informativos, deben elaborarse con un diseño que se corresponda la renovación gráfica de Aproa enmarcada en el Plan.

- c. **Plantilla de Contenidos a Publicar:** Resulta fundamental coordinar con Aproa los contenidos a publicar en la Web y RRSS en función de las informaciones, datos de interés, agenda, jornadas y otras actividades que marque la pauta para su elaboración. Para ello, se adjunta a continuación una plantilla de contenidos, la cual se sugiere sea, completada, renovada y evaluada al menos, mensualmente para mantener actualizada la información que se publica.

Cuadro 43.

Plantilla de Contenidos a Publicar				
Contenido	Fecha	Formato	Datos de interés	Observaciones
Se debe indicar específicamente el tema a publicar. En función de eventos, fechas importantes y/o cualquier otra pauta de Aproa	Indicar con claridad días y/o períodos en que debe publicarse el contenido en Web y difundirse en las RRSS.	Especificar si se trata de textos, archivos, imágenes, videos y/o cualquier elemento multimedia para su oportuna elaboración.	Detallar todos los datos que permitan precisar con claridad la información a destacar. Hora, lugar, recursos, personas, características de manera que se publique con amplitud y precisión	Cualquier acotación que tenga lugar a fin de reforzar, ampliar, guiar, evaluar o promover la publicación del contenido.

- d. Imágenes alusivas a las publicaciones de Web y el fanpage: la tendencia actual es a la inserción de tuits con imágenes alusivas al contenido de la publicación, incorporando datos puntuales que motiven al usuario a ingresar al link para consumir el contenido completo. Por ejemplo:

Cuadro 44. Contenido de Valor en Imágenes

<p>Tu gato se pone feliz cuando</p>	
	<p>1. Dedicas tiempo para jugar con él. 2. Le brindas un espacio propicio para el descanso. + Tips para poner a tu gato de buen humor: (<u>Insertar link</u>)</p>

- e. En general, cuando Aproa publica una fotografía de un animal en adopción, omite información que podría resultar de utilidad a los posibles interesados. Muchas veces son fotografías tomadas por las personas que acuden a sus retenes u otras que los mencionan en las redes para adoptar o dar en adopción. Es importante que exista un criterio único de información y manejo del material visual para adopciones, de manera que se puntualicen los datos relevantes en función de que el animal resulte más atractivo para la adopción y en el menor tiempo posible. Por ello se incorpora una plantilla de datos de adopción para su publicación en las RRSS y Web a continuación:

Cuadro 45. Formato de Promoción de Adopción de Mascotas

Foto de la mascota de fondo
Nombre: para que conecte mejor con el público.
Raza: Especificar si es de alguna raza en particular o si es mestizo.
Edad: importante aclararla con honestidad para no crear falsas expectativas.
Características: los gustos, el comportamiento y otros datos de interés que permitan que el público los conozca mejor y se sienta motivados a adoptarlos.

13. Diseño de la Estrategia: Plan Social Media

El propósito principal de esta propuesta es hacer accesible, armónica y moderna la presencia de Aproa en el entorno digital. Se procura estimular la interacción en las redes sociales ya existentes y fomentar la creación de cuentas en otras redes, que son necesarias y fundamentales para el impulso comunicacional de esta organización. Específicamente, ya tienen cuentas en Facebook y Twitter y poseen una página Web. Por lo tanto, otro objetivo es crear contenido de valor en las redes sociales ya existentes para así, ir aumentando los seguidores y que la campaña de concienciación que constantemente realiza Aproa sea más consistente y fructífera.

Entendiendo las características de cada red social y las preferencias de los usuarios al visitarlas, se trabajará en la presencia de Aproa en las plataformas más importantes usándolas para lo que fueron concebidas y en función de las expectativas de su audiencia.

Se tendrá una plataforma para cada tipo de contenido y se desarrollará un tipo de contenido dependiendo de las características de la red y necesidades de los usuarios.

La información que se manejará será netamente ligada a la Asociación, con diferentes matices para poder captar los seguidores deseados, transmitir los mensajes apropiados y conseguir la colaboración necesaria en cada caso.

También, se hace necesario establecer los KPI'S: por sus siglas en inglés, Key Performance Indicator, cuyo significado es traducido al español como indicador

clave de desempeño. Se trata de una medida del nivel del desempeño de un proceso; el valor del indicador está directamente relacionado con un objetivo fijado de antemano. Normalmente se expresa en porcentaje o valores predeterminados para avalar la evaluación del proceso. Estos indicadores deben ser realistas, alcanzables, específicos y medibles en términos de resultados y tiempo de ejecución. Se incorporan a los cuadros de objetivos desglosados conjuntamente con las acciones, siendo estos a través de los cuales serán evaluadas.

El Plan Social Media de Aproa, en principio, establece el soporte y perfeccionamiento de la institución, en las redes sociales que posee además de su página Web. Por medio de la presencia en estas redes, se procurará cumplir con los objetivos que se presentan a continuación:

13.1 Optimizar Tráfico Web y Comunidades Online.

Para generar el tráfico Web, se debe trabajar en paralelo las RRSS y la página, mediante objetivos específicos. Por muy estructurado y creativo que sea un Plan Social Media, si el home a donde remiten las RRSS no está organizado, ni actualizado, los usuarios no percibirán correspondencia entre lo promocionado en las redes y el portal. Siendo la Web el espacio digital propio, característico y amplió de la institución, ocupa un lugar determinante dentro de la gestión Social Media. Por lo tanto debe mostrarse organizado y congruente con la renovación digital, para generar el tráfico Web deseado. De lo contrario, no permanecerán en la Web ni se interesarán en ingresar nuevamente a ésta.

Cuadro 46.

Objetivo 1: Alcanzar 500 entradas a la Web en los próximos tres meses.		
ACCIONES	OBSERVACIONES	MEDICIÓN /KPI'S
<p>Acción 1: Renovar el diseño y diagramación Web. Definir una identidad gráfica, actualizar el logo, que incluya colores e iconografía a emplear en la plataforma digital.</p>	<p>Este trabajo debe ser discutido y acordado con la Dirección de Aproa. Puede producirse empleando un programa de diseño online gratuito como Gimp, Google Sketshup, etc. Cualquier estudiante en pasantía puede realizarlo con el aprendizaje obtenido en las materias referidas a diseño y diagramación de la ECS-UCV.</p>	<p>Con Google Analytics como herramienta de analítica Web que brinda información agrupada del tráfico de un portal.</p>
<p>Acción 2: Ordenar la información dentro de la página Web, que los contenidos estén actualizados y no se repitan entre una sección y otra.</p>	<p>Esta labor debe realizarse bajo la supervisión de Aproa para la revisión y autorización de los contenidos, y con el apoyo del administrador Web.</p>	<p>Si la información está ordenada, permitirá que las personas que entran a la Web ubiquen fácilmente los contenidos, se interesen y permanezcan por mayor tiempo. Verificar con Google Analytics.</p>

<p>Acción 3: Publicar todos los contenidos de valor creados en el marco del Plan Social Media. (Contenidos de valor (b), deben tener especial difusión).</p>	<p>Es importante generar permanentemente contenidos de valor, novedosos y actualizados, partiendo de los sugeridos en este plan.</p>	<p>Identificar el número de visitas a la página Web con Google Analytics. Contabilizar los “Me Gusta” de los contenidos publicados.</p>
<p>Acción 4: Procurar el posicionamiento SEO mediante generación de contenidos con las palabras claves por medio de títulos atractivos promocionando el link en las RRSS. (Contenidos de valor (a)).</p>	<p>Se debe chequear constantemente el flujo de palabras claves en la búsqueda de la Web, para incorporar o modificar las que fueran necesarias.</p>	<p>Identificar el número de visitas a la página Web con Google Analytics. Contabilizar los “Me Gusta” de los contenidos publicados.</p>
<p>Acción 5: Generar espacios para comentarios del público en el portal. Los cuales serán filtrados solicitando al usuario agregar e-mail o cuenta de RRSS para verificación de identidad y control de contenidos que ingresen a la Web.</p>	<p>Previa aprobación del administrador Web.</p>	<p>Contabilizar comentarios y registrarlos para gestionar con la Dirección de Aproa y atender eficazmente las solicitudes.</p>
<p>Acción 6: Insertar en la</p>	<p>Subir constantemente</p>	<p>Contabilizar los “Me</p>

<p>sección de “Campañas” dos elementos permanentes “Vacunación” y “Esterilización”. Aproa concibe ambas acciones como política obligatoria de adopción de mascotas y ha solicitado un refuerzo prioritario en la Web.</p>	<p>noticias, información relacionada, informar de jornadas y datos de interés suministrados por Aproa.</p>	<p>Gusta” de los contenidos publicados.</p>
<p>Acción 7: Organizar y reestructurar la sección “Denuncias” para admitir intervención del público susceptible de realizarlas. Especificar las pautas para efectuarlas y filtrar los comentarios para su verificación previa.</p>	<p>Esta información debe organizarse en conjunto con la Dirección de Aproa, para los criterios de atención de denuncias, y con ayuda del Administrador Web para su gestión y procesamiento del portal a la institución.</p>	<p>Contabilizar denuncias registradas.</p>
<p>Acción 8: Completar mensualmente la plantilla de contenidos a publicar para la Web. (Contenido de valor (c)).</p>	<p>Reunión mensual entre Coordinación de Aproa y estudiantes para organizar y estructurar los contenidos en función de agenda, recursos, actividades, efemérides y Otras informaciones vinculantes.</p>	<p>Llevar control de contenidos publicados y evaluar gestión.</p>
<p>Acción 9: Generar</p>		<p>Contabilizar las veces</p>

publicaciones con títulos atractivos, incluyendo las palabras claves (Contenido de valor (a) empleando la herramienta Portent. Deben ser compartidas de la Web a las RRSS.		que se comparten las publicaciones de la Web a las RRSS a través del botón más (+)
--	--	--

Las comunidades virtuales están conformadas por individuos que confluyen en las redes por intereses similares. Una gestión comunicacional eficiente procura fortalecer esas redes, amplificando el número de miembros y evolucionando al logro de transferir las ventajas del campo virtual al contexto real de la organización. Para gestionar y fortalecer las comunidades online es fundamental definir lineamientos, dedicar tiempo y atención para crear vínculos, interacciones y relaciones con la audiencia virtual. En atención a esto, se define el siguiente objetivo dentro del plan:

Cuadro 47.

Objetivo 2: Gestionar y fortalecer comunidades online		
ACCIONES	OBSERVACIONES	MEDICIÓN /KPI'S
Acción 1: Crear una base de datos, con los usuarios que asisten a los consultorios y jornadas, para enviarles información por correo electrónico.	Emplear un programa online gratuito y que permita difundir información de interés a los usuarios, como mailchimp.	Normalmente estos programas arrojan estadísticas de la cantidad de correos que fueron abiertos efectivamente, cuantos borrados sin abrir, cuantos devueltos por errores

		en la dirección electrónica, entre otros datos que permiten mantener actualizada y depurar periódicamente la data.
Acción 2: Enviar por correo electrónico los enlaces de las publicaciones de la página Web para inducir el tránsito al portal y al mismo tiempo informar las actividades y agenda en general.	Es importante asegurarse de que las personas a quienes se les envía el correo electrónico están interesadas en permanecer en la lista de distribución. Insertar Nota a pie de página: Para darse de baja de esta lista o enviar mensajes al Moderador, favor notificar por esta vía.	Solicitar confirmación de recepción de los correos.
Acción 3: Crear un Club de Amigos de las Mascotas, a través de una sección en la Web. Insertar un Foro donde las personas puedan compartir datos, enlaces, fotografías e información en general de sus mascotas y puedan invitar a sus amigos a participar.	Las posibilidad de interacción en este espacio son múltiples, de manera que debe coordinarse con Aproa, la inserción de elementos como chat, secciones de fotografías y otros elementos que amplíen la participación y motiven a la audiencia.	Chequear el número de usuarios que ingresan a la sección e interactúan. Ubicar a los usuarios más activos por e-mail, para aprovechar su participación vía online, con diferentes actividades en el offline.

13.2 Potenciar y Fortalecer Participación en RRSS

El ancla de cualquier Plan Social Media es la consolidación de la imagen, presencia e interacción en las RRSS, por ello se prevé perfeccionar la participación en las redes que ya posee: Facebook y Twitter y abrir un perfil en otra red: LinkedIn, por su relevancia para el manejo profesional. Este propósito se cubrirá mediante las siguientes acciones:

13.2.1 Potenciar y Fortalecer Participación en Facebook

Es la red social con más usuarios en Venezuela y el mundo. A principios del 2015 contaba con 1320 millones de usuarios activos. Se trata de la plataforma que genera el mayor tráfico Web, ya que el 47% de los usuarios registrados se conectan todos los días. Mientras que un 72% de los usuarios de Internet usan o visitan Facebook con frecuencia. Por esto, es fundamental diseñar un objetivo dentro del Plan avocado a incrementar el número de asiduos al fanpage de Aroa:

Cuadro 48.

Objetivo 3: Lograr un mínimo de 1000 “Me gusta” adicionales en 3 meses	
ACCIONES	MEDICIÓN /KPI'S
Acción 1: Renovar la imagen del fanpage. Mejorar los contenidos de la sección “Información”. La imagen de perfil debe ser de mayor calidad. La foto de portada debe actualizarse frecuentemente en atención a actividades, jornadas, efemérides, entre otros eventos que expresen que la cuenta se mantiene al día.	A través de los “Me gusta” en las actualizaciones de la fanpage
Acción 2: Publicar contenido de valor, propios como fotografías de animales en adopción, noticias de interés, información relevante, enlaces a la página Web de la institución, en el	A través de las estadísticas y mediciones en Facebook, específicamente los Me gusta, los Compartir y los Comentarios.

fanpage que promueva la interacción por medio de preguntas u opiniones. (Contenido de valor (e)) Etc.	
Acción 3: Organizar y resumir los datos contenidos en la sección “Información” del fanpage. Puntualizar como información fija: productos y servicios que ofrece, dirección, correo, horario y teléfonos. Compartir el link en Twitter para promover la sección.	A través de las estadísticas y mediciones en Facebook. A través de los RT y favoritos.
Acción 4: Ordenar y actualizar los álbumes de fotografía de modo que el usuario que acceda ubique con facilidad contenidos fotográficos de acuerdo a su clase y fecha. Posteriormente, promoverlos en la misma fanpage y compartir el link en Twitter para difundir las fotos.	A través de los “Me gusta” en esas publicaciones. A través de los RT y favoritos en Twitter.
Acción 5: Generar post con títulos atractivos en el fan page, empleando la herramienta Portent. Enlazar a la Web, para reforzar el tráfico Web. (Contenido de valor (a))	A través de los “Me gusta” en esas publicaciones.

La presencia de Aproa en Facebook debe ser fortalecida por la participación e interacción de sus fanáticos en el fanpage. Acción que se prevé en el siguiente objetivo:

Cuadro 49.

Objetivo 4: Motivar a los fans para incrementar al menos en un 50% su participación e interacción a través del fanpage.		
ACCIONES	OBSERVACIONES	MEDICIÓN /KPI'S
Acción 1: publicar post semanales que traten sobre los buenos cuidados que merece una mascota; después, estimular a los fans para que suban una foto de su respectiva mascota para que otros vean “¡Qué bien cuidada está!”	Para motivar aún más a los seguidores, en esta acción se puede ofrecer una consulta gratuita en los consultorios de Aproa, o alguna otra premiación que la Dirección de la institución apruebe.	Número de interacciones generadas en la publicación, a través de las estadísticas y mediciones en Facebook.
Acción 2: Realizar campañas promocionales mensualmente, en las cuales personas que tengan mascotas puedan presentarlas a otros usuarios de la red. Por ejemplo, quienes hayan adoptado alguna mascota cuenten como fue su experiencia por medio de texto e imágenes; la mejor será elegida por la comunidad en general por medio de “Likes” y será galardonada con una publicación en la página.	En esta acción también se puede motivar la participación del público ofreciendo alguna atención o servicio médico veterinario de Aproa, que apruebe la institución, para la mascota ganadora.	Número de interacciones generadas en la publicación, a través de las estadísticas y mediciones en Facebook. Identificar número de visitas a la publicación ganadora en la página Web (Google Analytics)

<p>Acción 3: Realizar una campaña educativa, mensual, con una temática avocada a fomentar el conocimiento, datos de interés y estadísticas entre otros elementos, de un determinado tema de interés vinculado a la protección animal. La campaña se denominará. 20 puntos por los animales. Y cada mes debe abordar temas distintos, como veterinaria, legislación, iniciativas ciudadanas, rescates, entre otros.</p>	<p>Proponer a los seguidores que envíen vía correo electrónico un video de un minuto sobre la temática escogida ese mes. El video debe contener información útil y educativa sobre el tema abordado. Los videos se subirán al fanpage y el que obtenga mayor cantidad de “Me gusta” será el ganador. De premio recibirá descuentos en todos los servicios de Aproa en los consultorios de Aproa, durante el mes siguiente.</p>	<p>Número de interacciones generadas en la publicación. A través de las estadísticas y mediciones en Facebook.</p>
<p>Acción 4: Puesto que la esterilización y la revisión y promoción de Leyes y Normas vinculantes a la protección animal son temas prioritarios para Aproa, se deben incorporar contenidos de valor a la sección “Más” en la cual se pueden subir Notas y Videos, referidos a ambos temas.</p>	<p>Cada vez que se realicen jornadas o eventos deben elaborarse videos cortos que reflejen la actividad. Para producir los videos pueden emplearse cualquier editor gratuito de videos online. Como WeVideo u otro.</p>	<p>Número de interacciones generadas en la publicación. A través de las estadísticas y mediciones en Facebook.</p>

13.2.2 Potenciar y Fortalecer Participación en Twitter

Es una red social con un crecimiento vertiginoso. A comienzos de 2015 registraba 271 millones de usuarios a nivel mundial. Su inmediatez y posibilidad de interacción y acceso a información de primera mano, la posicionan entre las preferidas del público venezolano y a nivel mundial. Un porcentaje significativo de los usuarios sigue a marcas en Twitter para informarse de novedades, acceder a contenidos específicos, atención al cliente y participar en promociones. En Twitter es importante consolidar el seguimiento, a través de cuentas de instituciones y personalidades estratégicas para promocionarse. De esta forma, se hace necesario contemplar el objetivo incrementar los seguidores como se expresa a continuación:

Cuadro 50.

Objetivo 5: En tres meses acrecentar la comunidad de seguidores en un 20%	
ACCIONES	MEDICIÓN /KPI'S
Acción 1: Actualizar la imagen del perfil en general. Mejorar la información de biografía, la imagen de perfil debe tener mejor resolución y la foto de encabezado debe renovarse constantemente dependiendo de eventos, campañas, efemérides, entre otras actividades que manifiesten que la cuenta se mantiene actualizada.	Contabilizando el número de seguidores a diario a través de herramientas específicas para este fin, como Social Bro, TweetBinder.
Acción 2: Interactuar con personas reconocidas que se identifiquen con la protección animal. Hacer mención de su cuenta en algunos tuits, y solicitar su colaboración. Por ejemplo, la locutora Jean Mary y el actor Alfonso	Contabilizando el número de RT Contabilizando el número de menciones.

<p>Medina, quienes constantemente publican en sus redes informaciones relacionadas con la protección animal y son activistas por la causa.</p>	
<p>Acción 3: Organizar listas de seguidores. Clasificarlos por instituciones, colaboradores, público en general y/o cualquier otra tipificación que contribuya a difundir adecuadamente la información según su carácter y a quien se dirija.</p>	<p>Monitorear con Tweetdeck o Buffer.</p>
<p>Acción 4: Crear etiquetas permanente para la adopción de mascotas #NoComproYoAdopto para quienes adoptan o quieren dar algún animal en adopción puedan tener flujo permanente de información al respecto. En cuanto a la esterilización se puede utilizar la etiqueta #YoEsterilizoPorAmor y para denuncias mantener permanentemente la etiqueta #YoDenuncioElMaltratoAnimal</p>	<p>Monitorear el número de veces que se usó la etiqueta, a través de varias herramientas que miden eso como Storify, TweetBinder, HashTracking, Followthehashtag, entre otros.</p>
<p>Acción 5: Crear etiquetas especiales para jornadas o actividades en particular. Utilizando el nombre del evento o el tema al que va dirigido, como esterilización, vacunación y adopción. Esto es fundamental para informar a los participantes, al público en general y monitorear la participación.</p>	<p>Monitorear el número de veces que se usó la etiqueta, a través de varias herramientas que miden eso como Storify, HashTracking, Tweet Binder, Followthehashtag, entre otros.</p>

Acción 6: Chequear constantemente el número de seguidores y de menciones en esta red social. Si se pierde un seguidor intentar recuperarlo escribiéndole un tweet.	Monitorear con Social Bro.
Acción 7: Generar tuits empleando los títulos atractivos de los contenidos de la Web y el fan page, insertando los links para remitir a esas publicaciones.	A través de los RT y favoritos de esos tuits.
Acción 8: Generar promoción solidaria con organizaciones afines, haciendo menciones de sus cuentas al tuitear información de interés y retuiteando las informaciones relevantes que difundan.	A través de los RT y favoritos de esos tuits. Contabilizando el número de RT Contabilizando el número de menciones.

De igual manera se requiere consolidar la gestión en Twitter con el manejo de imágenes, para atraer la atención visual, además de la intervención y retroalimentación de los seguidores, como se concierta a continuación:

Cuadro 51.

Objetivo 6: Generar al menos un 40% de participación de los seguidores presentes en Twitter.	
ACCIONES	MEDICIÓN /KPI'S
Acción 1: Publicar todo el material fotográfico disponible, ordenándolo y clasificándolo de acuerdo a su naturaleza: jornadas, mascotas en adopción, consultorios, etc. Enlazando las fotografías de Facebook	Verificar cantidad de interacciones en las dos redes. A través de los RT y favoritos en Twitter. Mediante los “Me gusta” y comentarios en Facebook.

y página Web a la cuenta en Twitter.	
Acción 2: Publicar fotos de las adopciones, jornadas y actividades especiales en los refugios y centros de atención, posicionando las mismas etiquetas que en Twitter.	Contabilizando el número de seguidores. Contabilizando el número de menciones.
Acción 3: Publicar fotos con información de los animales que se encuentren en los retenes y que requieren adopción. (Contenido de valor (e))	Verificar efectividad, al momento de llenar el cuestionario de adopción, preguntar vía por la cual se informó. Alimentar al mismo tiempo la base de datos de usuarios para el envío de correos.
Acción 4: Gestionar con los famosos que colaboran con la causa animal para que se tomen fotos con sus mascotas y cuando participen en actividades las publiquen en esta red social y mencionen la cuenta en Twitter de Aproa.	Contabilizando el número de interacciones y seguidores. Contabilizando el número de menciones. Contabilizando el número de RT.
Acción 5: Tuitear contenido visual para hacer más vistoso el timeline. Imágenes que contengan datos puntuales de la información de los contenidos publicados en Web y fanpage. Incorporarlos al tuitear el link de enlace de esas publicaciones. Contenido de valor (d)	A través de los RT y favoritos de esos tuits.

13.2.3 Potenciar y Fortalecer Participación en LinkedIn

Es la red pionera para el desarrollo profesional, en enero 2015 arribó a los 300 millones de usuarios a nivel mundial. Se incluye en el manejo Social Media de la organización porque resulta prioritaria para destacar en el ámbito laboral, y

adicionalmente permite contactar instituciones y profesionales que podrían participar y colaborar con el trabajo de la organización. Por la importancia de la labor que realiza Aproa y su reconocimiento a nivel nacional e internacional, resulta de suma significación incorporarla a una red profesional donde pueda exhibir su trabajo y crear vínculos profesionales estratégicos, como lo plasma el siguiente objetivo:

Cuadro 52.

Objetivo 7: Crear una comunidad de contactos activos que conecten y validen profesionalmente la gestión de Aproa.	
ACCIONES	MEDICIÓN /KPI'S
Acción 1: Aperturar una cuenta en LinkedIn para conectar con usuarios y organizaciones que mejoren la gestión de APROA a nivel profesional.	Verificar cantidad de usuarios y organizaciones que conectan.
Acción 2: Completar oportunamente el perfil con información pertinente. Incluir la trayectoria profesional, misión, visión, valores, actividades que realiza y logros de la institución a fin de manejar adecuadamente. Colocar fotografías y videos para completar aún más el perfil.	Solicitar validaciones del perfil por parte de usuarios. Validar también aquellos perfiles de organizaciones y personalidades vinculados a la labor de la asociación.
Acción 3: Actualizar constantemente el perfil con contenidos orientados a reseñar la labor de Aproa. Cada vez que se realice un evento relevante, cada vez que la organización reciba un reconocimiento y/o cada vez que se logren acciones legales y sociales, deben reflejar en este perfil.	Incluir en la planilla de programación de contenidos. Evaluar en función de la periodicidad de informaciones suministradas y validaciones obtenidas.

Aunque no se prevé dentro de las acciones inmediatas, no se descarta la posibilidad de ampliar la cantidad de redes sociales de las que dispone la organización. Pero inicialmente, resulta fundamental organizar y potenciar los espacios digitales que ya posee y la administración oportuna de LinkedIn; elementos prioritarios y promisorios para un manejo Social Media asertivo.

Una vez cubiertas acciones previstas en este plan, sería conveniente reevaluar la condición comunicacional de Aproa, e incluir otras redes que consoliden y extiendan su alcance comunicacional en el medio digital. Por ejemplo, Google+ y Youtube, sobre todo porque son plataformas que favorecen el posicionamiento en SEO, por su vínculo directo con Google, el buscador más usado en la Web. También, se sugiere incluir Instagram, que es una aplicación o programa, totalmente gratis, para compartir fotos. Cerró el 2014, con más de 200 millones de usuarios activos al mes, de los cuales un 65% proviene de fuera de los EEUU. Se suben por día unos 60 millones de imágenes, mientras que los "Me gusta" alcanzan a 1.600 millones. En Venezuela tiene un alto nivel de penetración, que va en incremento significativo por la predilección de los usuarios a su uso. Además, que su utilidad visual apoya la promoción de adopción de mascotas, una de las principales funciones de Aproa. No obstante, únicamente puede abrirse una cuenta, desde un teléfono inteligente de modo que podría ser más adelante una vez que la institución mejore su capacidad de recursos.

14. Políticas de Implementación de la Propuesta de Plan Social Media

La propuesta de Plan Social Media está prevista para ser ejecutada por estudiantes de la ECS-UCV en el cumplimiento de Pasantías y Servicio Comunitario como parte de su formación académica.

Este plan está concebido en un ámbito académico, el cual responde a los valores y normativas previstos para actividades educativas. Por ende, no admite ciertas prácticas y/o actividades impropias e incongruentes con la institucionalidad y valores de las organizaciones que participan. Cualquier acción que irrespete y/o contraríe lo delimitado en el plan, ponga en riesgo los principios, ética y credibilidad de las instituciones involucradas queda excluida de su aplicación.

Dentro del plan y su desarrollo, no está autorizada la promoción comercial, política, ni en general cualquier contenido o actividad que se oponga a los objetivos acá estipulados o comprometa el objeto que avala su diseño.

El plan sólo podrá ser desplegado por estudiantes de la ECS-UCV en la ejecución de sus Pasantías y/o Servicio Comunitario.

El estudiante que participe en la ejecución del plan debe cumplir con un perfil consecuente con las acciones y el logro de sus objetivos. Debe ser responsable, comprometido, dinámico y proactivo. Debe respetar en todo momento los estamentos previstos en la estrategia y en las normativas de las actividades educativas que lleva a cabo.

Es de suma importancia que tanto Aproa como la Coordinación de Pasantías, Coordinación de Servicio Comunitario de la ECS-UCV se comprometan a cumplir el plan de conformidad con lo plasmado en su diseño. Estas instancias deben respetar sus normas, procurar su óptimo desarrollo, facilitar su aplicación, evaluar los resultados y renovar su contenido y actividades cuando fuese necesario para su prosecución en el tiempo.

Se sugiere que este plan sea aplicado en una fecha próxima al diagnóstico realizado, a fin de potenciar los alcances de su aplicación en función de la realidad. Puede y debe ser reformado por razones de tiempo, avances y renovación comunicacional, pero debe conservar su esencia y propósito.

Finalmente, se sugiere la revisión y renovación permanente del Plan Social Media, de acuerdo a la evaluación de su progreso a fin de mantenerlo actualizado y renovado y ampliar el rango de acción de los objetivo a partir de los cuales fue originado. Para ello, la participación y supervisión acordada por los entes que los suscriben es indispensable. Incluir acciones como la solicitud de apoyo a organizaciones e instancias vinculantes, realizar eventos y/o campañas que generen recursos e insumos a las instituciones, entre otras actividades que optimicen los alcances del convenio deben ser previstas a futuro, una vez que la

solidez y tiempo de aplicación aporten las condiciones oportunas para su ejecución.

15. Enlaces de Interés para la aplicación del Plan Social Media

A continuación se presentan enlaces de interés donde se explica brevemente las herramientas sugeridas en el trabajo, insertando los links para su fácil ubicación en Internet.

- a. **Gimp:** programa de diseño gratuito. Disponible en: <http://the-gimp.softonic.com/>
- b. **Google Sketshup:** programa de diseño gratuito. Disponible en: <http://sketchup-make.softonic.com/>
- c. **Google Analytics:** es una herramienta de Analítica Web de la empresa Google. Ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios Web según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio. Disponible en: <https://www.google.com/analytics/>
- d. **Mailchimp:** servicio gratuito de e-mail marketing. Disponible en: <http://mailchimp.com/>
- e. **Tweetdeck:** es una aplicación para el seguimiento, la organización y la participación en tiempo real en Twitter. Actúa como un panel de Twitter, permitiéndote administrar varias cuentas de Twitter y filtrar los tuits en columnas. Disponible en: <https://tweetdeck.twitter.com/>
- f. **Buffer:** es una herramienta para programar tweets. Permite configurar perfiles de las principales redes sociales como Facebook, Twitter, Google Plus o LinkedIn, en su versión gratuita, solamente permite configurar un perfil para cada red social. Disponible en: <https://buffer.com/>
- g. **Storify:** es un sitio web para crear y almacenar historias, crónicas, relatos y cronologías utilizando el contenido de medios sociales como Twitter, YouTube, Flickr o Facebook, entre otros Disponible en: <https://storify.com>
- h. **SocialBro:** es una herramienta para la gestión y el análisis de comunidades de Twitter analizar a fondo los contactos, gestionarlos y definir sus estrategias en función de ello. Disponible en: www.socialbro.com/

- i. **Portent-Content Idea Generator:** herramienta online gratis para titular creativamente. Disponible en: www.portent.com/tools/title-maker
- j. **Tweet Binder:** es una herramienta de análisis que mide el impacto estadístico de un hashtag (etiqueta) de Twitter y divide los tuits en categorías para volver a analizarlos separadamente. Disponible en: <https://www.tweetbinder.com/>
- k. **WeVideo:** es una aplicación online que nos permite realizar ediciones de vídeos directamente desde un navegador, sin descargas, consumo de recursos ni renderizaciones en el ordenador, todo ello desde la nube y sin necesidad de un hardware potente. Disponible en: <https://www.wevideo.com/>
- l. **HashTracking:** aplicación Web que permite rastrear hashtags (etiquetas) en Twitter. Disponible en: www.hashtracking.com/
- m. **Followthehashtag:** herramienta de Internet para realizar seguimiento de etiquetas en Twitter. Disponible en: www.followthehashtag.com/

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En la fase final del proyecto se revelan hallazgos significativos, procedentes de las acciones efectuadas para el procesamiento de la temática examinada. A partir del propósito previsto, se develan hechos que obedecen a la rigurosidad metodológica implementada en la búsqueda de respuesta, a la interrogante de investigación. Arrojando así, una serie de resultados prominentes que representan un constructo concluyente, abordado en este apartado.

En contestación a la pregunta de investigación “¿Será factible la implementación de un Plan Social Media para APROA a ser ejecutado por los estudiantes de la ECS-UCV mediante un convenio entre ambas instituciones?” se determinó que es factible la implementación de un Plan Social Media para Aproa a ser ejecutado por los estudiantes de la ECS-UCV, que cursen Pasantías y/o Servicio Comunitario, mediante un convenio entre ambas instituciones. En conjunto admitieron la propuesta, demostrando apertura y disposición para ejecutarla, partiendo del establecimiento de pautas análogas y compatibles. Es decir, el objetivo general, mediante los cuatro objetivos específicos planteados en el capítulo I, se alcanzó plenamente, permitiendo culminar con éxito el trabajo de investigación generando el resultado previsto, el diseño de un Plan Social Media mostrado en el capítulo V.

En relación al primer objetivo específico, sobre el diagnóstico de la situación actual del manejo del Social Media de Aproa se concluyó:

Partiendo de la matriz DOFA, se determinó que esta institución mantiene un relativo equilibrio contextual para llevar a cabo el plan. Si bien es cierto, que presenta insuficiencias en su manejo Social Media, también es verídico y notorio que posee fortalezas y oportunidades que favorecen la aplicación. Ser una institución pionera en protección animal, destacada por su gestión en la comunidad nacional y respaldada por la opinión pública. La colectividad es bien receptiva con su misión y en RRSS la defensa animal es un tema que genera muchísimos seguidores y desata participación masiva. Entre otras razones

destacadas, que propician un escenario offline aventajado para fortalecer su presencia online.

Aproa reconoce la importancia del uso de su Web y RRSS para su manejo comunicacional. Sin embargo, su tarea comunicativa carece de enfoque y organización. Procurando esa gestión pertinente, requieren planificación y asesoría profesional. Una estrategia que refuerce en contextos virtuales su labor cotidiana y los oriente efectivamente a mantenerse a la vanguardia de las comunicaciones digitales.

El segundo objetivo, referido a los requerimientos académicos exigidos por la ECS-UCV para la ejecución de Pasantías y Servicio Comunitario, requirió de un gran trabajo de investigación, por la revisión de fuentes documentales como las normativas y Leyes que los rigen, pero arrojó excelentes resultados. El propósito y acciones de la propuesta se adaptan apropiadamente a las condiciones que demanda la ECS-UCV para instaurar formalmente ofertas de Pasantías y Servicio Comunitario. También, dada la naturaleza de Aproa, como una organización de acción social. Ahora bien, el tiempo de ejecución de la propuesta variará en función de los requerimientos de las actividades académicas previstas según cada coordinación. En las Pasantías, puede ser implementado de inmediato, pues Aproa ya fue aceptado como un oferente formal ante dicha Coordinación. No así es el caso del Servicio Comunitario, ya que el lapso de aplicación, será más extenso puesto que su cumplimiento acarrea un proceso más formal y riguroso.

En todo caso, esta investigación sentó las bases para la prosecución del acuerdo entre Aproa y la ECS-UCV como un proyecto de Servicio Comunitario. En el desarrollo del trabajo se cumplieron con algunos de los procedimientos solicitados para que una propuesta de Servicio Comunitario sea aprobada. Tal y como el diagnóstico previo en la comunidad educativa, logrado mediante la consulta a la Coordinación que lo administra y al estudiantado susceptible de cumplirlo. Describiendo así la condición inicial, los factores determinantes, las necesidades descubiertas y la intención de participación. Elementos que demanda la revisión jurídica, de las pautas solicitadas para proponer proyectos, como que deben corresponderse con la acción social y el Aprendizaje Servicio. Estos procesos, conforman la etapa inicial de proposición, de Proyectos de Servicio

Comunitario, de manera que la investigación termina ofreciendo insumos académicos y jurídicos, que procuran su culminación efectiva, para ser incluida dentro de los proyectos formales que oferta la ECS-UCV.

La factibilidad del proyecto, planteada en el tercer objetivo, se determinó basada en el hecho de que surge en un momento atinado para ambas instituciones. Las Coordinaciones (Pasantía y Servicio Comunitario) de la ECS-UCV se hallan en una fase de reordenamiento de los procedimientos para Pasantías y apuntan progresivamente a la consolidación de proyectos formales de Servicio Comunitario. Entre tanto que, Aproa posee la necesidad inmediata de un manejo en Social Media planificado y eficiente, más no dispone de los recursos económicos para costear esta labor profesional.

De manera que la ECS-UCV, al acceder a participar, logra la ocasión oportuna para encaminar sus aspiraciones de control, evaluación y renovación de los procesos emanados de la ejecución de Pasantías y Servicio Comunitario. Pues se otorga un plan formalmente estructurado, con el debido soporte investigativo y el contacto directo con el oferente, Aproa. Avalando así, una gestión enmarcada en función del objetivo pedagógico que atañe a estas actividades de acuerdo a los procedimientos previstos por las normas académicas y jurídicas.

Entre tanto que, Aproa halla la oportunidad propicia para generar atención especializada a su manejo Social Media, sin afectar su presupuesto. Además, podrá informar e interactuar con su audiencia, como valor agregado de una directriz comunicativa optimizada, apuntada a fortalecer su labor de protección animal. A su vez, contará con la garantía de un trabajo profesional sustentado en la reconocida trayectoria educativa que distingue a la ECS-UCV; institución que se perfila favorablemente en la formación de profesionales preparados integralmente para mercados novedosos, como el Social Media.

En referencia a los criterios que instituyeron las partes, se finiquitó que el plan debe apegarse a la institucionalidad, respaldando sus labores y comprometiéndose con los valores que forjan, para el cumplimiento de los objetivos que se establecieron en el plan.

La factibilidad de la propuesta también se halla favorecida en la comunidad educativa de la ECS-UCV, puesto que la consulta reveló una alta intención de

participación si se llegara a concretar. Los estudiantes se interesan promisoriamente por el Social Media como campo de la Comunicación Social, se identificaron con la temática de protección animal y reconocen a Aproa positivamente para un trabajo académico mancomunado.

El diseño del Plan Social Media, planteado en el cuarto y último objetivo, se basó en las necesidades de comunicación en el entorno digital de Aproa, respetando invariablemente las previsiones legales y las normas para el cumplimiento de las actividades académicas que conlleva. Todos los objetivos y actividades incluidos, se acoplan a la disposición educativa que la regula. Siendo condición ineludible y convenida formalmente tanto por la ECS-UCV y Aproa, que toda acción circunscrita al convenio, debe apegarse a la misión, visión, valores de estas entidades y al carácter académico que reglamenta el plan.

Finalmente, verificada la apertura y designados los parámetros para la aplicación de la propuesta por Aproa y la ECS-UCV, revisados los estatutos de prácticas académicas como Pasantías y Servicio Comunitario, diseñada la estrategia comunicacional a partir del análisis de las necesidades y convenidas en función de su objetivo. Se concluye que la aproximación de todos los elementos abordados en la investigación concuerda apropiadamente con la factibilidad de una ejecución óptima y prometedora de la propuesta estructurada. Por ende, se manifiesta el apremio y aspiración de que sea cumplida, de manera que este acuerdo sirva de ejemplo para que pueda ampliarse a otros ámbitos educativos y de acción social.

Recomendaciones

A partir de las conclusiones emanadas de la investigación, tienen lugar una serie de recomendaciones que se incorporan como elementos que proporcionan aportes para su puesta en práctica, así como para trabajos que puedan derivarse de este proyecto a futuro.

Recomendaciones Generales para Aplicación del Plan Social Media;

El desarrollo de la propuesta debe acoplarse en todo momento a lo acordado por las organizaciones que la suscriben. Debe circunscribirse a los valores institucionales y a los parámetros académicos que rigen el desempeño de Pasantías y Servicio Comunitario, en la normativa y en la Ley como corresponde a cada caso. Respetando así la naturaleza, propósito y contenidos bajo los cuales fue concebida.

La supervisión y evaluación constante, por parte de ambas instituciones es un aspecto fundamental para sustentar la propuesta en el tiempo. Se sugiere la cooperación mutua y conservar el enlace, comunicación y participación recíproca como base primordial que constituirá un elemento fundamental para reforzarla y proyectarla.

Se exhorta a que la propuesta sea ejecutada en un tiempo próximo a su producción, de manera que sea lo más efectiva posible. En caso contrario se sugiere ampliar el diagnóstico a las condiciones reales que tuvieron lugar en el manejo Social Media de Aproa, para ese momento. Se recomienda además, revisar los objetivos, actividades y acciones para ajustarlos convenientemente con la condición que se presentaría a futuro, dependiendo de los nuevos requerimientos y/o necesidades que se detecten.

Si el plan requiriere modificación alguna, por razones de tiempo, variación del contexto comunicacional de Aproa, algún ajuste normativo por la ECS-UCV o cierta reforma de Ley, tiene lugar aplicarla. Así como cualquier adaptación conceptual y/o procedimental, que pretenda perfeccionarlo y renovarlo. No obstante cualquier cambio aplicado deberá conservar indefectiblemente la naturaleza y propósito bajo los cuales fue concebido.

Se sugiere evaluar con regularidad los alcances de la práctica del Plan Social Media. Establecer ciertos lapsos, para contrastar los resultados obtenidos, con la condición inicial y los logros obtenidos, cada cierto período de la ejecución. Los criterios de evaluación deben ser delimitados por las instituciones intentando siempre el perfeccionamiento de la propuesta.

De ser posible, se propone ampliar el acuerdo entre Aproa y la ECS-UCV a otros ámbitos educativos y sociales, que tuvieren lugar luego de la experiencia inicial de este plan. Esto, con la finalidad de aprovechar en la medida de lo posible, multiplicar los alcances y frutos este acuerdo, generando así acciones que favorezcan la labor de las instituciones que lo avalan.

Recomendaciones a la ECS-UCV

En el próximo periodo académico informar a la comunidad estudiantil que Aproa es un oferente formal de Pasantías y que a partir de ese lapso podrán cumplirlas dentro del plan previsto en este proyecto.

Emprender acciones y tomar las medidas necesarias para dar prosecución a la formalización de la propuesta como un proyecto de Servicio Comunitario. Para ello deben, partir de los insumos que aporta esta investigación a nivel de diagnóstico en la comunidad educativa y revisión normativa y jurídica que avalan su aprobación.

Designar un profesor, tutor de Pasantías, como contacto permanente entre la institución y Aproa para el debido cumplimiento de las actividades pedagógicas que se realizarán. Este docente, coordinará y supervisará el desarrollo del Plan Social de acuerdo a las normativas previstas. Fungirá de enlace entre la ECS-UCV y Aproa para efectos de regulación y evaluación de los estudiantes y la estrategia en general.

Se considera importante reforzar la implementación del plan, con una oportuna promoción y difusión del mismo, cuyo propósito sea darlo a conocer a la comunidad educativa. Potenciando así su posibilidad de escogencia por parte del estudiantado. En general cualquier acción comunicacional que se considere viable para afianzar su gestión y prosecución permanentemente, debe ser llevada a cabo.

Se pide especialmente, la incorporación de asignaturas electivas vinculantes al Social Media. Un área que se abre paso en el ámbito profesional de la carrera y que incrementa aceleradamente la demanda en el entorno laboral. La formación profesional de los estudiantes de la ECS-UCV en áreas nacientes y novedosas supone una renovación y actualización del Pensum Académico y la oportunidad de capacitar a los estudiantes para un campo laboral que se perfila promisoriamente.

El perfil del estudiante a desarrollar las actividades previstas en la propuesta debe obedecer a lo estipulado dentro de la misma. Se sugieren estudiantes interesados, en el área, dinámicos, responsables y con conocimientos previos en la materia. Se aconseja que hayan cursado la materia electiva “El Community Manager y Los Nuevo Medios Audiovisuales” así como cualquier otra referida a este espacio que pueda surgir a futuro.

Recomendaciones a Aproa

Se recomienda respetar ineludiblemente la naturaleza de las actividades del Plan para las cuales recibirán al estudiantado. La condición académica debe privar ante cualquier tarea a desarrollar. Bajo ninguna circunstancia se pueden asignar labores o funciones, que contraríen o no califiquen al ámbito educativo suscrito en el plan.

Se sugiere mantener contacto permanente con la Coordinación de Pasantías y de Servicio Comunitario, a través del profesor tutor designado por la ECS-UCV, para la evaluación apropiada de los estudiantes en el desempeño de sus actividades.

Generar regularmente informes de gestión, notificando situaciones especiales, sugerencias, nuevas demandas comunicacionales, en general cualquier comunicación que pueda favorecer la prosecución en el tiempo del acuerdo y proponga su renovación desde un enfoque oportuno.

Facilitar el estudiante, un espacio físico de trabajo armónico, la información y recursos técnicos necesarios. Así como cualquier otro elemento de interés que propicie las condiciones adecuadas para que ejecute eficientemente su labor dentro de la propuesta.

Notificar a las autoridades de la ECS-UCV si tuviese lugar una falta, incumplimiento y/o desacato de las normativas y acciones que circunscribe el plan. Para canalizar adecuadamente las correcciones y/o sanciones que tuvieren lugar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A1Arte.com, (s/f). Recuperado el 04 de enero de 2015 del sitio web:
<http://www.llevatelo.net/social-media-redes-sociales.asp>
- Arias, Fidas G. (1999). *El proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. (3ª ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Arias, Fidas G. (2006) *El proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica* (5ª ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Banco Mundial. Informe de Indicadores del Desarrollo Mundial. (2014, 10 de noviembre) Recuperado el 20 de noviembre de 2014, del sitio web Banco Munal: <http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2>
- Ballestrini, M. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigación* (7ª ed.). Caracas, Venezuela: BL Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Calvo, W. *¿Qué significa SEO? Posicionamiento en buscadores* (S/F) Recuperado el 05 de mayo de 2015, del sitio web Abcom Web Solutions: <http://www.abcomweb.com/seo/que-significa-seo.php>
- Elogia Marketing & Ecommerce. *Auditoria SEO* (s/f). Recuperado el 04 de mayo de 2015 del sitio web: <http://elogia.net/que/posicionamiento-web-en-buscadores/auditoria-seo/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. DF, México: McGraw- Hill.
- Fernández, A. *La misteriosa figura del Community Manager* (2013, 28 de enero) Recuperado el 04 de enero de 2015 de <http://www.aercomunidad.org/2013/01/28/la-misteriosa-figura-del-community-manager/>.
- Fernández, F. *Instagram y Pinterest se popularizan entre usuarios venezolanos de redes sociales*. Diario El Nacional Versión Web. 2015, 4 de enero. Recuperado el 10 de enero de 2014 de http://www.el-nacional.com/siete_dias/Instagram-Pinterest-popularizan-venezolanos-sociales_0_549545056.html
- Franquiz, R. *El community manager, creador de presencia digital* (2014). Recuperado el 08 de enero de 2015, del sitio web Inspirulina:

<http://www.inspirulina.com/el-community-manager-creador-de-presencia-digital.html>

- Hurtado, J. (2008). *El Proyecto de Investigación. Comprensión holística de la metodología y la investigación* (6ª ed.). Caracas, Venezuela: Quirón.
- Jantsch, J. (2008, 25 de septiembre) *The Definition of Social Media* Recuperado el 20 de noviembre de 2014, del sitio web Duct Tape Marketing: <http://www.ducttapemarketing.com/blog/2008/09/25/the-definition-of-social-media/>
- Kaushik, A. (2013, junio) *El gran universo del Social Media... ¿Hay sitio para mí también?* Recuperado el 03 de enero de 2015, del sitio web Asociación de Social Media: <http://asociaciondesocialmedia.org/el-gran-universo-del-social-media-hay-sitio-para-mi-tambien/>
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de Investigación en ciencias sociales* (4 ed.). México: McGraw Hill.
- Ley de Servicio Comunitario. (2005, 29 de Agosto). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 38.272. Septiembre 14, 2005.
- Llorente, J. (2014). Recuperado el 4 de enero de 2015, del sitio web Marketing Directo: <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/estrategia-digital-la-importancia-del-social-media/>
- Marquina, J. (2012) *Plan social media y community manager*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Matos, F. (2014). *Mitos y realidades de un Community Manager*. Recuperado el 08 de enero de 2015, del sitio web CMLATAM.CO: <http://communitymanagerslatam.com/community-manager-mitos-realidades/>
- Mejía, J. (2000) El Muestreo en la Investigación Cualitativa. *Investigaciones Sociales*, 4(5), 165-180.
- MercadotecniaPublicidadMedios. (2013). ¿Qué es el social media? 4 definiciones. Recuperado el 20 de octubre de 2014, del sitio web Merca2.0: <http://www.merca20.com/que-es-el-social-media-4-definiciones/>

- Universidad Central de Venezuela. (1998, 18 de agosto). Reglamento Académico para las Pasantías Estudiantiles Universitarias en Empresas e Instituciones de la Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Rodríguez, J. (2015). *Sudamérica en telecomunicaciones: Venezuela sigue atrasada*. Recuperado el 10 de enero de 2014, del sitio web Asociación de Social Media: <http://www.viamm.com/2015/01/05/sudamerica-en-telecomunicaciones-venezuela-sigue-atrasada/>
- Sabino, C. (2002) *El Proceso de Investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo.
- Martín, M. y Salamanca, A. (2007) El Muestreo en la Investigación Cualitativa. *Nure Investigación*, 27(4).
- Solis, B. Our Journey Defines Our Future in Social Media. (2009). Recuperado el 03 de enero de 2015, del sitio web Brian Solis: <http://www.briansolis.com/2009/11/gazing-into-the-future-of-social-media-to-appreciate-the-past/>
- Tamayo, M. (2009) *El proceso de Investigación Científica* (4ª ed.). México D.F, México: Limusa S.A.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones. Informe de Tecnologías de la Información y la Comunicación 2014. (2014, 5 de mayo) Ginebra. Recuperado del sitio web: http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2014/23-es.aspx#.VXT4oNJ_Okp
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2006). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales* (3ª ed.). Caracas, Venezuela. FEDUPEL.
- Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, Facultad de Informática de Barcelona (2002). Historia de internet. Recuperado el 18 de octubre de 2014, del sitio web de la Facultad de Informática de Barcelona: <http://www.fib.upc.edu/retroinformatica/historia/internet.html>
- Vela, D. ¿Una definición de Social Media? (2011) Recuperado el 20 de diciembre de 2014, del sitio web Social Media Strategies: <http://www.socialmediacm.com/una-definicion-de-social-media/>

Vela, D. *Media Planning, tu mensaje debe llegar a los usuarios adecuados* (2014). Recuperado el 5 de enero de 2014, del sitio web Social Media Strategies: <http://www.socialmediacm.com/media-planning-tu-mensaje-debe-llegar-los-usuarios-adecuados/>

ANEXOS

ANEXO A
Matricula Estudiantil por Periodo, Ubicación y Sexo
Escuela de Comunicación Social- UCV
Período Académico: 2015-01S

MATRICULA ESTUDIANTIL POR PERIODO, UBICACION Y SEXO

PERIODO ACADÉMICO	NOMBRE DEL PLAN DE ESTUDIOS	SEMESTRE	SEXO (F: FEMENINO, M: MASCULINO)	CANTIDAD DE ALUMNOS MATRICULADOS
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	5	F	51
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	5	M	27
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	5	F	5
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	5	M	3
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	5	F	9
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	5	M	9
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	5	F	9
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	5	M	4
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	6	F	18
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	6	M	17
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	6	F	7
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	6	M	4
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	6	F	11
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	6	M	9
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	6	F	7
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	6	M	5
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	7	F	50

Universidad Central de Venezuela

MATRICULA ESTUDIANTIL POR PERIODO, UBICACION Y SEXO

PERIODO ACADÉMICO	NOMBRE DEL PLAN DE ESTUDIOS	SEMESTRE	SEXO (F: FEMENINO, M: MASCULINO)	CANTIDAD DE ALUMNOS MATRICULADOS
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	7	F	34
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	7	M	17
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	7	M	18
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	7	F	14
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	7	M	17
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	7	F	3
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	8	F	5
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	8	M	2
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	8	F	89
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	8	M	35
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	8	F	2
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	8	F	1
2015-01S	COMUNICACIÓN SOCIAL 1987	9	F	1
			Total Inscritos	490

ANEXO B
Resultados de la Validación de entrevista al Coordinador de Pasantías y
Servicio Comunitario ECS-UCV



Estimado Prof. Rubén Peña

El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

Seguidamente se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Items	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia		X			
Adecuación		X			
Cohesión		X			
Coherencia		X			
Adaptación		X			
Formalidad		X			

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X		Se adapta a la complejidad de las preguntas
¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X		Se adaptan a la complejidad discursiva del destinatario.
¿Las preguntas son precisas?	X		Se adaptan a la complejidad de la investigación.
Items	Si	No	¿Por qué?

¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X		Se ajustan a la lógica de la investigación planteada.
¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X		Considero que permitirán recopilar la información necesaria, para alcanzar la meta planteada en el objetivo 2 de la investigación.
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X	Se adaptan al contexto discursivo propio del cargo que desempeña el informante clave.

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si **X** No ____ ¿Por qué? La estructura presentada, permitirá al investigador recopilar la información necesaria para determinar los requerimientos, tanto de las Pasantías Académicas como del Servicio Comunitario, de la ECS-UCV.
4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta? Si **X** No ____ ¿Por qué? Permitirá recopilar la información necesaria para desarrollar el objetivo específico N° 2 declarado en este instrumento de validación.
5. Observaciones: No acota.

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	Peña Oliveros, Rubén José
Grado Académico	Magister
Mención	Ciencias Sociales
Institución	Programa en Ciencias Sociales- CEAP- FACES- UCV
Cargo	Docente- ECS/ Investigador UIRHDS- IIES- FACES- UCV

¡Muchas gracias por su participación!



Estimado Prof. Daniel Viso

El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

Seguidamente se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Items	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia	X				
Adecuación	X				
Cohesión	X				
Coherencia	X				
Adaptación	X				
Formalidad	X				

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X		Son suficientes para explicar su completación.
¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X		Son bastante claras.
¿Las preguntas son precisas?	X		Tienen precisión en atención a la información que buscan recabar.
Items	Si	No	¿Por qué?

¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X		Si. Están organizadas de lo micro a lo macro.
¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X		Si porque cubren información del diagnóstico y la factibilidad.
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X	Son claras.

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si X. No ____ ¿Por qué? Se ajusta a las características de una entrevista formal.
4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta? Si X No ____ ¿Por qué? Se ajusta de manera oportuna, porque permite verificar la necesidad comunicacional de APROA, la disposición de participar de ellos y de la Escuela de Comunicación Social también.
5. Observaciones: Es muy importante que la aplicación del instrumento en forma verbal vaya acompañada de la pericia del investigador para encaminar las respuestas de manera favorable a la información que se pretende recolectar.

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	Viso Rivas, Daniel Eduardo
Grado Académico	Comunicador Social, Gerente de Proyectos.
Mención	-
Institución	Universidad Central de Venezuela
Cargo	Profesor Instructor - Metodología de la Investigación

¡Muchas gracias por su participación!



Universidad Central de Venezuela
 Facultad de Humanidades y Educación
 Escuela de Comunicación Social
 Proyecto de Investigación – Trabajo de Licenciatura



Estimado Prof. José Larez

El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-**

UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

Seguidamente se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Items	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia		X			
Adecuación		X			
Cohesión		X			
Coherencia		X			
Adaptación		X			
Formalidad		X			

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X		Tiene las instrucciones necesarias para que sea respondido.
¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X		Están redactadas con claridad.
¿Las preguntas son precisas?	X		Son concretas en función de las interrogantes que suscriben.
Items	Si	No	¿Por qué?
¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X		Están ordenadas en forma sucesiva.
¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X		La cantidad es apropiada.
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X	Se entienden con claridad.

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si X. No ____ ¿Por qué? Mantiene el diseño propio de una entrevista.
4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta? Si X No ____ ¿Por qué? Porque prevé interrogantes e ítems para las variables que abarca la instrumentación de la entrevista.
5. Observaciones: No acota.

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	Larez, José Humberto
Grado Académico	Doctorado
Mención	Educación-Investigación
Institución	Instituto Pedagógico de Caracas – Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
Cargo	Profesor de Investigación Educativa y Fase de Proyecto. IPC-UPEL.

¡Muchas gracias por su participación!

ANEXO C
Resultados de la Validación de Entrevista a Directora de Aproa



Estimado Prof. Rubén Peña

El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

Seguidamente se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Items	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia		X			
Adecuación		X			
Cohesión		X			
Coherencia		X			
Adaptación		X			
Formalidad		X			

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X		Al momento de realizar un diagnóstico, valiéndose de la entrevista, es pertinente que la cantidad de instrucciones no limiten la expresión fluida del

			informante. Esto es una conducta clave, por parte del investigador, en el empleo de las técnicas de recolección de datos de la investigación cualitativa.
¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X		Ibídem.
¿Las preguntas son precisas?	X		Ibídem.
¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X		Inicialmente, diagnostican las condiciones de la asociación, en cuanto al uso de redes sociales e infraestructura web, para luego definir cuáles son sus requerimientos específicos en esta área y las posibilidades de interacción con el SC de la ECS.
¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X		Considero que permitirán recopilar la información necesaria, para alcanzar la meta planteada en el objetivo N° 1 de la investigación.
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X	Están adaptadas a las particularidades discursivas del entrevistado

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si X. No ____ ¿Por qué? Es suficiente para obtener la información mínima necesaria para el cumplimiento del primer objetivo específico declarado.

4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?

Si X No ¿Por qué? Considero que la información mínima que arrojará, permitirá al investigador evaluar debilidades, fortalezas y necesidades de Aproa en cuanto al empleo de las redes sociales.

5. Observaciones: Se sugiere la siguiente redacción, para mejorar la efectividad de la pregunta 7. ¿Han desarrollado alguna actividad institucional que involucre estudiantes de la ECS-UCV? De ser afirmativa su respuesta: ¿Cómo ha sido la experiencia?

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	Peña Oliveros, Rubén José
Grado Académico	Magister
Mención	Ciencias Sociales
Institución	Programa en Ciencias Sociales- CEAP- FACES- UCV
Cargo	Docente- ECS/ Investigador UIRHDS- IIES- FACES- UCV

¡Muchas gracias por su participación!



Estimado Prof. Daniel Viso

El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

Seguidamente se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Items	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia	X				
Adecuación	X				
Cohesión	X				
Coherencia	X				
Adaptación	X				
Formalidad	X				

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X		Son suficientes para que sean respondidas oportunamente.
¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X		Las instrucciones están claras.
¿Las preguntas son precisas?	X		Están redactadas con precisión.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X		Van del diagnóstico de la problemática a la factibilidad de solución.
¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X		Es la cantidad necesaria para la información que se desea recoger.
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X	Están ampliamente claras.

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si X No___ ¿Por qué? Se adapta adecuadamente.

4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?

Si X No___ ¿Por qué? Creo que para cumple con el objetivo de detectar las necesidades de la organización para desarrollar el plan de Social Media.

5. Observaciones: Vale precisar a fondo en la aplicación de la entrevista lo que Aproa consideraría éxito en social media para solventar su insuficiencia comunicacional.

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	Viso Rivas, Daniel Eduardo
Grado Académico	Comunicador Social, Gerente de Proyectos.
Mención	-
Institución	Universidad Central de Venezuela
Cargo	Profesor Instructor - Metodología de la Investigación

¡Muchas gracias por su participación!



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Proyecto de Investigación – Trabajo de Licenciatura



Estimado Prof. José Larez

El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

Seguidamente se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Items	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia	X				
Adecuación	X				
Cohesión		X			
Coherencia		X			
Adaptación		X			
Formalidad		X			

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X		Plantea instrucciones concretas para ser respondido.
¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X		Las instrucciones son claras dada la precisión y sencillez de las preguntas.
Items	Si	No	¿Por qué?
¿Las preguntas son precisas?	X		Las interrogantes son concretas y claras.
¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X		Están ordenadas de acuerdo a la información que recaudan.
¿La cantidad de preguntas es	X		La cantidad es suficiente.

suficiente?			
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X	Son sencillas.

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si X. No____ ¿Por qué? Mantiene el estilo característico de la entrevista.

4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?

Si X No____ ¿Por qué? Considera los elementos necesarios para determinar la necesidad de Aproa y cómo enfocarla efectivamente en un plan de acción para mejorarla.

5. Observaciones: No acota.

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	Larez, José Humberto
Grado Académico	Doctorado
Mención	Educación-Investigación
Institución	Instituto Pedagógico de Caracas – Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
Cargo	Profesor de Investigación Educativa y Fase de Proyecto. IPC-UPEL.

¡Muchas gracias por su participación!

ANEXO D

Resultados de la Validación de Encuestas a Estudiantes de la ECS-UCV



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Proyecto de Investigación – Trabajo de Licenciatura



Estimado Prof. Rubén Peña

El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

Seguidamente se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Items	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia		X			
Adecuación		X			
Cohesión		X			
Coherencia		X			
Adaptación		X			
Formalidad		X			

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las	X		Se adapta a la complejidad de las preguntas

instrucciones para completar el instrumento?			
¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X		Se adaptan a la complejidad discursiva del estudiante promedio de la ECS.
¿Las preguntas son precisas?	X		Tienden a ser cerradas.
¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X		Inicialmente consideré que entre la pregunta 3 y 4 quedaba un vacío, pero la información se completa en la pregunta 8.
¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X		Evaluar las potencialidades e intereses de los pasantes y estudiantes en etapa de servicio comunitario de la ECS- UCV.
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X	Se adaptan a la complejidad discursiva del estudiante promedio de la ECS.

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si X. No ____ ¿Por qué? Cumple con los elementos que debe tener una encuesta.

4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?

Si X No ____ ¿Por qué? Intenta verificar si los pasantes y estudiantes de la ECS- UCV se van a integrar al diseño del plan.

5. Observaciones: No acota.

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	Peña Oliveros, Rubén José
Grado Académico	Magister
Mención	Ciencias Sociales
Institución	Programa en Ciencias Sociales- CEAP- FACES- UCV
Cargo	Docente- ECS/ Investigador UIRHDS- IIES- FACES-

	UCV
--	-----

¡Muchas gracias por su participación!



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Proyecto de Investigación – Trabajo de Licenciatura



Estimado Prof. Daniel Viso

El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

Seguidamente se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Items	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia		X			
Adecuación	X				
Cohesión	X				
Coherencia		X			
Adaptación		X			
Formalidad	X				

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X		Bastan para informar como contestarlo.

¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X		Las instrucciones están claras.
¿Las preguntas son precisas?	X		Su redacción es precisa.
¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X		Si porque se plantean desde las Pasantías y el Servicio Comunitario hasta la propuesta como tal.
¿La cantidad de preguntas es suficiente?	X		Bastan para la información que se desea recoger.
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X	Todas son bastante claras.

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si X. No ____ ¿Por qué? Se adapta adecuadamente a la estructura de una encuesta.

4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?

Si X No ____ ¿Por qué? Porque permitirá identificar si los estudiantes quieren participar, si les interesa la temática, eso es determinante para que sea posible aplicarla.

5. Observaciones: Se podría verificar el nivel de manejo de social media de los encuestados. Puede ser algo sencillo con una sola pregunta, si tienen a bien incluirlo, es una sugerencia.

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	Viso Rivas, Daniel Eduardo
Grado Académico	Comunicador Social, Gerente de Proyectos.
Mención	-
Institución	Universidad Central de Venezuela
Cargo	Profesor Instructor - Metodología de la Investigación

¡Muchas gracias por su participación!



Universidad Central de Venezuela
 Facultad de Humanidades y Educación
 Escuela de Comunicación Social
 Proyecto de Investigación – Trabajo de Licenciatura



Estimado Prof. José Larez

El presente material tiene como objeto validar los instrumentos de recolección de información vinculantes al Trabajo de Licenciatura: **Diseño de un Plan de Social Media para Aproa a ser Ejecutado por Estudiantes de la ECS-UCV Mediante un Convenio Entre Ambas Instituciones**, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, toda la información obtenida será empleada únicamente con fines académicos.

Seguidamente se plantea una Escala de Estimación y Preguntas abiertas para que proceda a calificar el instrumento. De antemano se agradece su atención y se le invita a ser lo más preciso y sincero posible en sus respuestas.

1. A continuación, marque con una (x) seleccionando sólo una opción para calificar aspectos generales del instrumento:

Items	Muy Apropiado	Apropiado	Ni apropiado/ Ni inapropiado	Inapropiado	Muy Inapropiado
Pertinencia		X			
Adecuación		X			
Cohesión		X			
Coherencia		X			
Adaptación		X			
Formalidad		X			

2. A continuación, marque con una (x) contestando positiva o negativamente, según sea el caso, e indique la razón de su respuesta.

Items	Si	No	¿Por qué?
¿Considera suficientes las instrucciones para completar el instrumento?	X		Son las necesarias para que el encuestado sepa cómo responder.
¿Son claras las instrucciones para completar el instrumento?	X		Están expresadas en forma sencilla y concreta.
¿Las preguntas son precisas?	X		Las interrogantes se expresan con precisión.
¿Las preguntas siguen un orden coherente?	X		Siguen un orden lógico y coherente.
¿La cantidad de preguntas es	X		Es la necesaria.

suficiente?			
¿Considera compleja y/o complicada alguna pregunta?		X	Son sencillas.

3. En líneas generales ¿Cree que se adapta a los aspectos formales de aplicación de instrumentos de recolección de datos? Si X No ____ ¿Por qué? Es formal en cuanto a redacción y desarrollo que debe tener una encuesta.

4. ¿Considera que el instrumento se ajusta a los objetivos de la investigación propuesta?

Si X No ____ ¿Por qué? Porque permitirá recolectar información necesaria para el diagnóstico y la factibilidad de la propuesta que están diseñando.

5. Observaciones: No acota.

Datos Personales del Experto	
Apellidos y Nombres	Larez, José Humberto
Grado Académico	Doctorado
Mención	Educación-Investigación
Institución	Instituto Pedagógico de Caracas – Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
Cargo	Profesor de Investigación Educativa y Fase de Proyecto. IPC-UPEL.

¡Muchas gracias por su participación!

ANEXO E
Transcripción de Entrevista a Coordinador de
Pasantías y Servicio Comunitario ECS-UCV
Prof. Juan Carlos Rosillo

1. ¿Cómo es el funcionamiento actual de la Coordinación de Pasantías de la ECS-UCV?
2. ¿Cómo es el funcionamiento actual de la Coordinación de Servicio Comunitario de la ECS-UCV?

En este momento la Coordinación de Pasantías tiene un papel, desde mi percepción, prácticamente de procedimientos. Estoy tratando de que tanto el Servicio Comunitario como las Pasantías, de reorientarlo a que tenga un papel con mayor protagonismo y para eso hacen falta algunas cosas, digamos tecnológicas y también mejorar algunas cosas de procedimientos. Digamos que no contamos con un espacio, un canal de difusión para ser la bisagra entre los oferentes, tanto del Servicio Comunitario como de las Pasantías y el estudiantado. Estamos trabajando en eso. Luego, tenemos que también aclarar y difundir suficientemente bien las normas, para que el estudiantado las conozca y también creo que es importante, y esto lo vamos a comenzar a hacer en este próximo semestre 2015-1 y es hacer un trabajo con los nuevo ingreso, de preparación, de inducción para que se vayan acercando a esa opción que tendrán más adelante pero que es bueno como que vayan teniendo en cuenta. (El entrevistado recibió de antemano el cuestionario de la Entrevista, de modo que este momento puntualizo que la respuesta era válida para las dos primeras preguntas, siendo que el mismo es quien se encarga de ambas coordinaciones)

3. ¿Cuáles son las necesidades o requerimientos más significativos de ambas coordinaciones?

Mira ya nos proveyeron de equipos, ya tenemos dos personas que están colaborando en las coordinaciones. Yo diría que lo que está faltando ahorita es mayor motivación del estudiantado. Tenemos montadas varias actividades y tratamos de brindar información por todos los canales que tenemos y todavía siento que la respuesta es un poco tibia, para mi gusto. Te estoy hablando de mi opinión. Yo creo que lo que nos está faltando es seguir trabajando fuertemente y lograr los objetivos, lograr mayor convocatoria en las actividades. Que se entienda que el Servicio Comunitario y las Pasantías, son una opción para complementar tu formación profesional.

Hasta el momento la Escuela no ha trabajado con el portal oficial de pasantías de la Universidad. Yo hace un par de semanas tuve una reunión con la Dirección de Tecnología, de Información y Comunicación, de TIC porque estamos trabajando en montar un blog. Ya el Servicio Comunitario tiene un blog por ejemplo pero, no tenemos la clave de acceso y tenemos ese problema. Pero como te dije, estamos conversando con la gente de TIC y ellos nos van a dar acceso al portal oficial de la Universidad Central y allí vamos a incrustar el blog. Porque por la página oficial de la universidad no podemos hacer mayores cambios por el tema de la identidad corporativa y todo eso. Lo que si podemos es desde el Home, en la página de Inicio, por ejemplo en el portal de la UCV la Dirección de Información y Comunicación que tiene un blog incrustado. Nosotros vamos a hacer eso. Vamos a incrustar nuestro Blog en el dominio de la Universidad. Y ahí si lo podemos trabajar nosotros con mayor libertad en términos de diseño, de información porque lo que se busca desde ambas Coordinaciones ahorita es dar la información al momento. Así como hacemos en las Redes Sociales en la medida de nuestras posibilidades. También queremos porque nos llegan muchas solicitudes de pasantías por ejemplo, y entonces no tenemos como manejarlas. Entonces por ahí en los espacios de la Escuela, pegan afiches y cosas, pero no hay un espacio

centralizado. Y yo no me niego a que el oferente lo haga, pero que sea por un canal oficial que se alimente constantemente sería lo ideal. Que ellos nos envíen la información en un correo y nosotros sencillamente lo colguemos y hagamos ese puente. Que igualmente el estudiantado pueda conocer esas opciones desde una página oficial.

4. ¿Concibe algunas limitaciones en el trabajo desarrollado por ambas coordinaciones? ¿Cuáles? Especificar para cada coordinación.

Si en ambos casos, la falta de recursos que es un tema evidente en la Universidad Central nos afecta, porque estamos con las manos atadas. El presupuesto de la Escuela es de apenas 60.000 Bs. Anuales. Con eso no tenemos mucho rango de acción. No obstante hemos tenido colaboración tanto de la Facultad como de la Escuela en conseguir equipos. Ahorita estamos buscando un espacio más grande, necesitamos más espacio porque tengo 2 pasantes y aquí como tú puedes ver apenas podría caber otra máquina, sacrificando además una mesa que prestamos a Locución. Porque esta espacio estaba concebido de otra manera, antes. Estamos buscando que sean Coordinaciones que tengan mayor interacción con el estudiantado, esa es una de nuestras metas a mediano plazo.

5. ¿Cómo calificaría la experiencia con estudiantes cumpliendo pasantías y servicio comunitario con otras organizaciones?

Como te hablaba hace un momento de reorientar el Servicio Comunitario y las Pasantías, es porque tengo la idea y estoy trabajando en eso de que el Servicio Comunitario y las Pasantías, ha vendió trabajando con una lógica que algunos autores llaman autista instrumental. Como una oficina de tramitación de cosas, con poca interacción y con poco análisis de lo que está pasando. Estamos tratando de modificar formatos y tratando de hacer seguimiento de eso que tú me estas preguntado. Ahorita te puedo dar tips, te puedo dar cosas muy frías pero no tenemos mayores mecanismos para saber realmente como está funcionando. Es

que por ejemplo, los tutores de Pasantías por norma tienen que ir a la empresa y aquí eso no se hace. En el caso de las pasantías los tutores internos no van a la empresa. De hecho hay un problema para nombrar tutores a nivel de Pasantías, siempre es como complicado eso. En el Servicio Comunitario hay mayor burocracia a nivel de papel, de formatos, pero eso no significa que tengamos mayor control de eso. Estamos tratando de simplificar los formatos, con una estrategia de visitar las organizaciones, que ellos vengán también para acá, de mayor interacción como te comentaba. Tratando de que tengamos mayor información, estamos tratando de llevar más el Servicio Comunitario más como una línea de investigación, que no se vea como un requisito solamente. Sino que se vea como la oportunidad. Por ejemplo, tú estás haciendo tu tesis del Servicio Comunitario, pero también cumpliendo el Servicio Comunitario puedes obtener otros elementos que pueden ser insumos para tu Tesis de Grado. Es una opción, al igual que las Pasantías también deberían, en teoría, ser en un campo de acción en cual tú te sientas identificado y que vas a trabajar. Digamos que, tu Tesis de Grado o tu interés en la carrera, es hacia Periodismo impreso y haces pasantías en publicidad, aprendes. Pero digamos que está como fuera de tu línea. Entonces tratar en lo posible de que eso se alinee.

6. ¿Cómo es el manejo en concreto para organizaciones sin fines de lucro o Asociaciones Civiles?

Tendríamos que revisar el informe de gestión del 2014. A mi todavía se ha hecho muy complicado digamos, manejar la información que está, porque heredé una manera de trabajar que me cuesta entender, me parece muy burocrática. Podríamos revisar después con calma el informe, y saber si son públicas o privadas. Ese es el informe que se le entrega a la Facultad, de todas maneras déjame revisar, para preguntar si te lo puedo hacer llegar, supongo que si, pero déjame preguntar de todas maneras. Y allí está un listado de todos los entes con los que se hicieron Servicio Comunitario. De todas maneras yo estoy tratando de conocer a la gente porque antes, entiendo que lo que hacían era mandar formatos y no había mayor cara a cara con ellos, entonces la idea es tratar en lo

posible de mejorar eso. Porque estaba pasando, sobre todo con el Servicio Comunitario, estaban haciendo actividades más de oficina que de Servicio Comunitario.

En este punto se le indicó al entrevistado que es importante aclarar bien este aspecto, ya que la propuesta que se está elaborando, se basa en el Diseño de un Plan Social Media a ser ejecutado por los estudiantes, en el Servicio Comunitario y la Pasantías. Quedó claro para las pasantías es bastante pertinente, pero se intentó indagar cual sería la manera apropiada de que un estudiante realice labores vinculadas al Social Media dentro de una organización sin fines de lucro, con vocación comunitaria o afines. El profesor puntualizó que tiene que haber una interacción directa con la comunidad, tendría que salir a la comunidad determinada. Por ejemplo, en el caso de Aproa que se que es tu tema, el estudiante no puede ir solamente que si a la oficina de Cotiza y quedarse encerrado ahí, debe tener formas de interacción con esa comunidad.

7. ¿Han tenido algún proyecto, pasantía o contacto con la Asociación Pro-Defensa de los Animales (Aproa)? ¿Cómo ha sido la experiencia?

Conozco a Aproa. Por lo engorroso que ha sido ubicar la información de la gestión anterior. No hay nada sistematizado, hay mucho papel y poca facilidad. No tengo conocimiento de que se haya hecho algún trabajo directo con ellos, recientemente. Ahorita se está trabajando en sistematizar la información básica, de lo que se ha hecho en Servicio Comunitario desde 2007 hasta ahorita. Se está trabajando en esto y una vez que esté listo y revisado se va a subir a la página Web para que la gente pueda saber, quien hizo Servicio Comunitario, en qué año y qué trabajó. La Universidad no tiene ningún proyecto formal con Aproa para cumplir Servicio Comunitario.

En este sentido se consultó si se puede hacer Servicio Comunitario en alguna institución sin que exista un proyecto formal. El profesor respondió que

esa pregunta se puede abordar en dos niveles. Primero debería existir un convenio o un entendimiento formal y proyectos como tal. Obviamente cualquier organización que tenga un Proyecto Comunitario que sea pertinente a la Escuela de Comunicación Social, llenando las planillas que hay que llenar en este momento, se puede hacer. Ahora en cuanto a un convenio como tal, hay que tomar en cuenta aspectos legales. Siempre que surja la iniciativa de particulares, ONG, un estudiante, un docente, un oferente se canaliza y se puede hacer.

8. ¿Considera factible un acuerdo/convenio entre la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y Aproa para potenciar la ejecución y desarrollo de la imagen de la organización en Redes Sociales y Web?

En cualquier caso ahorita es un poco engorroso todo el manejo para hacer un convenio porque todo se ha vendido haciendo muy informal pero las Pasantías y el Servicio Comunitario de la Escuela están abiertos a las ofertas y dispuestos a colaborar y a proveer en lo posible en el desarrollo de este convenio si se llegara a dar porque es ganancia tanto para Aproa como para nosotros.

9. ¿Cuáles serían las condiciones que propondría la ECS-UCV para el desarrollo de este convenio/acuerdo?

Para consolidar y mantener un programa mancomunado con Aproa debemos estar seguros de qué se respetará la esencia de la actividad académica y las normas que apliquen en cada caso. Ha ocurrido que trabajamos con una organización, y aunque tiene un fin social y/o comunitario, pretende utilizar a los estudiantes para trabajos de oficina u otras lides inadecuadas. Muchas veces se aprovechan de tener gratuitamente un servicio determinado y ya. Es una condición sine qua non que todo trabajo realizado se ajuste a los parámetros establecidos académicamente para realizar las Pasantías y el Servicio Comunitario. En el caso particular de un Plan Social Media es una oportunidad precisa para fusionar

aspectos de la formación académica con la respuesta a la necesidad de una comunidad determinada, como los grandes propósitos del Servicio Comunitario, vinculación con la carrera y el aprendizaje servicio. Una gestión en Social Media llevada apropiadamente conlleva muchos aspectos positivos que aportan a la comunidad. Teniendo en cuenta que, las comunidades ahora socializan y se integran para fines y trabajos comunitarios en plataformas digitales.

10. ¿Qué puede aportar la ECS-UCV en función de facilitar la ejecución de este convenio/acuerdo?

Yo creo que el mayor aporte, la mayor fortaleza es ser la Universidad Central de Venezuela, la universidad más grande del país y esa tradición, a la cual le sumamos cosas nuevas y adaptarnos a los nuevos tiempos, aprender del entorno actual, tenemos mucho que dar y mucho que decir. Respetando la esencia del Servicio y las Pasantías. Aquí hemos recibido gente del gobierno y de la oposición, con propuestas que se reciben porque son para apoyar a las comunidades y no a un partido político determinado. Tenemos mucho por hacer, le hemos estado dando confianza a los muchachos para que hagan cosas, y hay muchas ideas interesantes como esta que planteas. Sería chévere que conversaras con las muchachas que acaban de terminar su servicio en Papelón, en El Hatillo, que tuvieron una experiencia maravillosa y estaban muy contentas. Estuvieron en la zona rural de El Hatillo y al principio pensaban que las iban a robar que las iban a matar y ahora están felices porque aprendieron muchísimo, les abrió la visión de la realidad. Estamos tratando de cambiar porque una Escuela de Comunicación Social que no está visibilizando su trabajo es algo muy malo, es un contrasentido. Porque comunicar es la esencia de esta carrera.

11. ¿Qué espera recibir la ECS-UCV si se concreta este acuerdo/convenio?

En principio que se respetara el espíritu y la norma en cada caso, del Servicio Comunitario y las Pasantías. Luego, si hay posibilidad de hacer algún tipo de alianzas que nos permita obtener recursos, computadoras o equipos, a

ambas organizaciones sería mucho mejor todavía. Digamos si aliándonos pudiéramos hacer cosas en las cuales, pudiéramos beneficiarnos tanto Aproa como la Universidad. Si pudiéramos conseguir que las alianzas que hagamos ahorita nos permitan contar con espacio digamos con 10 computadoras para dar cursos a las comunidades sería lo ideal. Pero no es un condicionante, la idea es que la Escuela y la Universidad se abran a la comunidad. Que la gente venga, también es un sueño muy personal, no es en este momento la política oficial pero si yo lograra eso sería muy feliz. Y si justamente las alianzas y convenios que hagamos nos ayudan a consolidar eso, sería maravilloso.

ANEXO F
Transcripción de Entrevista aplicada a la Dirección de Aproa
Lic. Cristina Camilloni

1. ¿Cómo define el manejo actual de la Web y Redes Sociales de la organización?

Bueno en la actualidad eso es importante para nosotros porque con el uso de Internet ubicamos casa para muchos animales que las necesitan. Creo que ha sido algo muy bueno para la organización contar con la tecnología para informar a las personas, a los defensores de animales de todo lo que realizamos. Tenemos una página Web para que la gente revise lo que hacemos, compartimos artículos de prensa. Es un espacio para compartir información de todos los que amamos y defendemos a los animales. Los socios voluntarios contribuyen con información para promover los derechos de los animales, para informar sobre las regulaciones para tenerlos y para promover la adopción de mestizos, para denuncias y para buscar animalitos extraviados.

2. ¿Es importante para cumplir la Misión y alcanzar la Visión de Aproa el manejo de sus Redes Sociales? ¿Por qué?

Si como te digo nos ayuda mucho. Siempre la gente que viene a consulta toma fotos de los gatos o perros que tenemos en el reten y las pasan por ahí por el Twitter y así les encuentran un lugar. También nos sirve para conectar con otras organizaciones que trabajan en pro de los animales, todo eso nos ayuda con esta maravillosa labor de proteger, cuidar y darle el valor a los animales. La gente aunque no los quiera o no les gusten para ellos, igual ponen sus fotos y las riegan con sus contactos para ayudar.

3. ¿Quién o qué departamento dentro de la organización se encarga del manejo de Redes Sociales y Web?

Bueno como tú has visto estando aquí, no contamos con demasiados recursos, ni tampoco tenemos espacios para tener dependencias dentro los consultorios. Nosotros le damos prioridad a la atención veterinaria, para nosotros lo primordial es el animal su cuidado, su salud. Así que no tenemos en la estructura un departamento como tal. Yo misma siempre atiendo a la prensa, publicamos en Ultimas Noticias, hacemos la labor de informar y divulgar porque ayuda a reforzar lo que hacemos.

4. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que desea destacar en sus contenidos en Redes Sociales y Web?

Bueno queremos que la gente aprenda a respetar a los animales, a reconocerlos como seres vivos. Aunque no los quieran, tienen que respetarlos, defenderlos, y no maltratarlos y denunciar a quienes lo hacen. También queremos contribuir a que se combatan las prácticas de maltrato como las peleas de gallo, las corridas de toros, las peleas de perros. También que se adopten mestizos y que no se compren perros de raza. Otra cosa es que la gente cree conciencia, si no va a adoptar un animal hay muchas formas de ayudar, pueden darles de comer ocasionalmente a perros de su cuadra, ponerles agua. Una sociedad se define por cómo trata a sus animales. Aquí cada vez lo estamos tratando mejor, aunque todavía haya casos de maltrato. En la actualidad la gente, las instituciones, incluso el Estado mismo, han tomado mayor conciencia sobre la vida y el resguardo de los animales. La Misión Nevado es un ejemplo de ello, porque se incluye la protección animal dentro de las políticas públicas.

Además ahora es notorio y cotidiano que la gente en sus casas, residencias e incluso en instituciones públicas y privadas, se preocupa mucho más que antes por los animales de la calle. Se organizan para comprarle comida, atenderlos y traerlos a nuestros consultorios si están enfermos.

La esterilización por otra parte, es una idea importantísima que queremos promover, para los animales domésticos y los que se encuentran en situación de calle. Porque el apareamiento es natural para ellos, si no existe ningún control de

la natalidad animal en el país se intensifica la problemática. Aunque la gente los tenga en casa, es muy difícil mantener a más de 1 o 2 mascotas. Entonces la esterilización es un acto de consciencia, a favor de los animales, pueden reproducirse siempre y cuando estén garantizadas las condiciones para que tengan una vida saludable y adecuada. Igual que los refugios deben ser lugares estrictamente de paso, donde se prepare al animal para su posterior traslado a un hogar o al sitio donde originalmente fue recogido. Eso se tiene que planificar muy bien.

Sin embargo, aunque hemos avanzado mucho en materia de protección a la fauna por parte de la sociedad venezolana, debemos seguir educando para que todos aprendan cada vez más acerca de los animales. La educación es fundamental. Hay que generar campañas educativas porque además promueve la conciencia, el reconocimiento, el respeto y si se logra hasta el amor por los animales.

También estamos trabajando para que se examine la Ley para la Protección de la Fauna Doméstica Libre y en Cautiverio. Hay aspectos que deben revisarse porque requieren modificaciones. En mi criterio, esta no Ley busca la protección de los animales desde la protección de las personas.

Esta la petición está siendo canalizada por voluntarios y por Internet con un movimiento que se llama “De patitas en la calle” La Red de Apoyo Canino y más de 100 organizaciones, incluyendo a la Misión Nevado. Queremos cambiar aspectos neurálgicos de la ley porque creemos que es antropocéntrica; es decir, que no está protegiendo al animal, sino que es una ley hecha por el hombre para proteger al hombre.

Esta normativa fue hecha más para controlar que los animales no invadan o molesten en el territorio humano que para defenderlos a ellos mismos. Además, todavía no se prohíben actividades como la vivisección, los espectáculos y la venta, que convierten al animal en un objeto con ánimo de lucro.

La Ley no percibe a los animales como sujetos con derecho propio, sino como objetos sobre los cuales nosotros los humanos ejercemos un derecho y eso es

especismo, una especie de racismo o discriminación que se da en el mundo animal.

Además, la norma otorga una especie de autoridad a las alcaldías y gobernaciones, porque tienen potestad de disponer o regular sobre la fauna urbana en estado de abandono, pero no especifica cómo deben hacerlo; entonces en ese vacío entran, por ejemplo, los planes de eutanasia, eso no es ético, la vía respetuosa y lógica es la esterilización.

5. ¿Concibe algunas limitaciones en el manejo de Redes Sociales y Web?
¿Cuáles?

Ahorita nos está ayudando una voluntaria y le estamos dando una colaboración, ella viene a veces o desde su casa publica artículos muy interesantes en Facebook que a la gente les gusta mucho. Bueno así específicamente es que solo tenemos una computadora por consultorio, esa se usa para el programa de facturación de las consultas y otras labores del consultorio de modo que si tuviéramos más recursos y equipos podríamos hacer un mejor trabajo.

6. ¿Cuál ha sido su experiencia con estudiantes universitarios cumpliendo pasantías y servicio comunitario en la organización?

Siempre vienen muchos muchachos, a los jóvenes ahora les interesan mucho los animales y hacen mucho para protegerlos. Nos va bien con ellos. Ayudan mientras están lo que pasa es que se van muy rápido o no pueden venir todos los días. Claro tienen que estudiar pero sería mejor que fueran más frecuentes o se quedaran más tiempo.

7. ¿Han desarrollado alguna actividad institucional que involucre estudiantes de la ECS-UCV? De ser afirmativa su respuesta: ¿Cómo ha sido la experiencia?

De la UCV siempre vienen, ahora mismo no recuerdo si son de Comunicación Social, yo a veces recibo algunos peor si no estoy yo los reciben las muchachas y ayudan en el consultorio y los doctores son los que se encargan de revisar que cumplan las horas y les firman las planillas que taren.

7. ¿Considera factible un acuerdo/convenio entre la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y Aproa para potenciar la ejecución y desarrollo de la imagen de la organización en Redes Sociales y Web?

A nosotros nos gustaría mucho porque la Universidad siempre ha apoyado a Aproa y si se puede formalizar esa labor sería muy bueno para todos, pero deberían venir de todas las Escuelas, aquí necesitamos que nos ayuden en muchos caso abogados, por si hay denuncias de maltratos, a veces eso hace falta. También de veterinaria o contadores, hay de todo para hacer. Bueno para la página Web y eso que tú dices de las relaciones de la organización en los medios digitales es muy interesante, el futuro apunta a eso y no nos podemos quedar atrás-

8. ¿Cuáles serían las condiciones que propondría su organización para el desarrollo de este convenio/acuerdo?

Que sean responsables, que se apeguen a nuestros principios y que estén dispuestos a trabajar mucho para lograr esta unión. De resto uno va ampliando los acuerdos a medida que se van aplicando. A veces resultan mejor de lo que uno esperaba y siempre es bueno recibir apoyo en esta labor tan noble que hacemos.

9. ¿Qué espera recibir Aproa si se concreta este acuerdo/convenio con la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela?

Esperamos que sean de ayuda, que participen activamente en las actividades propuestas por ustedes y por nosotros. Toda la ayuda es bien recibida. Y bueno que nos ayuden a mejorar en las comunicaciones, todo eso que aprenden en la Universidad puedan ponerlo en práctica aquí y es como su aporte a la sociedad antes de graduarse. Eso es una experiencia muy bonita y satisfactoria.

ANEXO G
Resultado de la Consulta a Expertos en Social Media

Expertos	Ítem 1. ¿Considera que una asociación sin fines de lucro debe tener un Plan Social Media? ¿Por qué?
<p style="text-align: center;">1. Lic. Rosa Fagúndez</p>	<p>Si porque la era tecnológica ha brindado a la comunicación nuevos medios como las redes sociales que -de manera interconectada y permanentemente actualizada- informan, influyen, entretienen, se relacionan y prestan servicio a quienes vivimos en la sociedad del siglo XXI. Las redes son parte de toda organización: forman parte de su imagen, su identificación como marca, servicio o producto, sus estrategias, planes y resultados. Por tanto, es inevitable que exista un Plan Social Media que funcione en aras del logro organizacional, aprovechando este aval tecnológico, especialmente a favor de su audiencia/público. Tomando en cuenta que un Plan Social Media es, gerencialmente, una herramienta “Ganar-Ganar” pues brinda oportunidades y fortalece tanto a la organización como a su entorno, considero que es indispensable que una asociación asuma las redes sociales como nuevos canales para dirigir y posicionar su <i>identificación-misión-visión-valores-objetivos-estrategias-</i></p>

	<i>metas</i> ante la sociedad donde se desarrolla y frente a los segmentos sociales que representa.
2. Lic. Katuska Rojas	Es positivo pues considero que es la mejor forma de promocionar alguna actividad, recaudar fondos, solicitar ayuda, entre otras cosas referidas a la promoción de la institución.
3. Lic. Sonia Zamora	Sí. Todo aquello que hagamos debe ser comunicado y debemos adaptarnos a los medios donde está nuestro público. En el caso de una Fundación Sin Fines de Lucro tiene mucho que dar al público que la sigue y más en el caso de Aproa, porque el tema de protección a los animales es sensible para un grupo de ciudadanos que mayormente se comunica e interactúa a través de las redes sociales.

Expertos	Ítem 2. Si esta asociación trabaja en Pro-Defensa de los Derechos de los animales ¿Aumenta o disminuye la necesidad de contar con un Plan Social Media? ¿Por qué?
1. Lic. Rosa Fagúndez	Con más razón: si se trata de una asociación, representa a buena parte de una sociedad, tiene objetivos y tareas que se ha propuesto llevar a cabo, con roles específicos que funcionan a favor de necesidades sociales, que requiere canales masivos de comunicación e intercambio informativo a favor de ese bien común. En este caso aumenta la necesidad de contar con esta herramienta que multiplique su radio de comunicación y acción social.
2. Lic. Katuska Rojas	Todos debemos tener un plan para crecer o mantenernos en Social Media, sea una institución como Aproa o una cuenta personal. Gracias a las Redes Sociales puedes hacer que sea más fácil los procesos de adopción de animales, promocionar jornadas de adopción, etc.
3. Lic. Sonia Zamora	Ni aumenta ni disminuye esa “necesidad”, todo depende de tu objetivo al crear este plan. Un Plan de Social Media bien logrado puede aportar crecimiento a la causa de

	Aproa y lograr una red más amplia interactuando en pro de eso que quieres como fundación.
--	---

Expertos	Ítem 3. ¿Conoces a la Asociación Pro-Defensa de los Animales (Aproa)?
1. Lic. Rosa Fagúndez	Si.
2. Lic. Katiuska Rojas	Si.
3. Lic. Sonia Zamora	No.

Expertos	Ítem 4. Como experto en el área Social Media ¿Cómo percibe el manejo de Aproa en el entorno digital y las Redes Sociales en la actualidad.
1. Lic. Rosa Fagúndez	Percibo que hoy día Aproa se ha hecho notar más en el campo digital, específicamente en redes como <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> . Es importante tal cambio, implica que su mensaje llegará a mayor cantidad de personas, al tiempo que informa, aporta, ayuda e interactúa con una audiencia cuyas necesidades Aproa podría resolver o facilitarle, cónsonas con su actividad. Sin embargo, aún falta recorrido: experimentar más, innovar más, interactuar más, lo que aportará experiencias y mayores posibilidades de crecimiento y desarrollo. Apenas es un comienzo, pero sin dudas traerá grandes logros a mediano y largo plazo.
2. Lic. Katiuska Rojas	En Twitter: Estático y desactualizado. Su último Tweet fue la primera semana de febrero. En Facebook se mueve mucho más, tienen una comunidad interesante, pero no le responden a sus seguidores, cosa que los hace fríos y distantes.
3. Lic.	Revisando su cuenta en Twitter, considero que deben aportar más información de interés para el público que los

Sonia Zamora	sigue y, si bien los RT para ustedes son útiles, yo disminuiría la cantidad. La página web requiere de un refrescamiento. Requieren de un Plan de Social Media más pensado y trabajado.
---------------------	---

Expertos	Ítem 5. En su opinión ¿Cuáles serían los aspectos fundamentales en el diseño de un Plan Social Media para Aproa?
1. Lic. Rosa Fagúndez	Consideraría rutas iniciales como: diagnósticos previos, concebir una completa ID de la organización, marca, producto o servicio (definir misión, visión, valores, diseñar estrategias, planes, metas); también señalar objetivos como su brújula organizacional, demarcar un público o audiencia con quien interactuar; posibilidades efectivas de contactos profesionales, así como implementar planes, medirlos, difundirlos y crecer con sus conclusiones y logros.
2. Lic. Katuska Rojas	Tomaría en cuenta la frecuencia de publicación, activaría Twitter, apoyada en otras organizaciones en pro de los animales, le respondería a los seguidores y programaría información importante y fija como dirección de mis sedes, horarios, entre otros.
3. Lic. Sonia Zamora	Definición de Objetivos, Análisis del sitio web, evaluación del contenido divulgado, Análisis de la competencia, orden y establecimiento de una parrilla de contenido diaria.

Expertos	Ítem 6. Por las limitaciones económicas de una asociación sin fines de lucro como Aproa ¿Qué acciones sugiere para costear la ejecución de un Plan Social Media?
	Creo que Aproa lo está logrando al contar con parte de su grupo

<p>1. Lic. Rosa Fagúndez</p>	<p>de colaboradores y socios en diversas áreas, en virtud de que no cuenta con un financiamiento gubernamental. Sin embargo, considero que debería desarrollar campañas aún más destacadas en función de los objetivos que tiene su asociación, aprovechando que su nombre es cada vez más conocido en el mundo físico y virtual. Por ejemplo: participar y/o patrocinar más campañas o mega-acciones sociales, preferiblemente con organizaciones o grupos más grandes: alcaldías, gobernaciones, ministerios, grupos ecológicos, instituciones educativas, familiares, comerciales, profesionales, para el logro de objetivos comunes. En este sentido, la idea es que su nombre siga sonando como bandera creíble y posible, a favor de su institución. Estas vías podrían ayudarle a costear la ejecución de un Plan Social Media a favor de su asociación. Se trata de aprender a autogestionar capacidades, utilizando una productiva matriz DOFA para saber direccionar metas y resultados en el campo digital.</p>
<p>2. Lic. Katuska Rojas</p>	<p>Organizar un servicio de pasantías para estudiantes que se quieran formar en el Social Media es importante. Al tener un plan, puedes explicárselo a los estudiantes y estos –viendo el modelo- lo desarrollarían sin problemas. Sería un beneficio para ambas partes.</p>
<p>3. Lic. Sonia Zamora</p>	<p>No tiene por qué representar un gasto para la fundación. Hay muchas figuras públicas que apoyan el tema de protección animal, a quienes podrían contactar para tenerlos como “Influencer”. También está el crecimiento orgánico, por el cual no se paga. Se crece dando información útil, teniendo mayor presencia en sitios de interés y con paciencia. Buscando elementos que te diferencien de tu competencia.</p>
<p>Expertos</p>	<p>Ítem 7. Una vez establecido el Plan Social Media ¿Considera conveniente que sea ejecutado por estudiantes de Comunicación Social en el cumplimiento de Pasantías y Servicio Comunitario?</p>

	Si ___ No ___ ¿Por qué?
1. Lic. Rosa Fagúndez	Sin duda. Aquí nuevamente estaríamos hablando de la herramienta “Ganar-Ganar”, donde dos elementos se relacionan y logran sus objetivos en mancomunidad. En este ambiente de sinergia pueden llevarse a cabo logros conjuntos que, concebidos bajo una coordinación especializada, diseñarán y ejecutarán las acciones más importantes que fortalezcan un efectivo Plan Social Media tanto para la asociación, como para quienes aportan sus esfuerzos. Sinergia activa y proactiva, como debe ser toda planificación organizacional.
2. Lic. Katuska Rojas	Si. Porque la organización necesita una estrategia y los estudiantes aprender a crearla y ejecutarla. Sería una relación ganar-ganar interesante.
3. Lic. Sonia Zamora	Si. Porque además de ser una manera de ahorrar gastos, serán personas conectadas con el tema, con conocimiento de herramientas de comunicación y digitales. Solo deben conocer bien el objetivo de la fundación y de su Plan de Social Media.

Expertos	Ítem 8. Observaciones
1. Lic. Rosa Fagúndez	No acota observaciones.
2. Lic. Katuska Rojas	No acota observaciones.
3 Lic. Sonia Zamora	No acota observaciones.