



## **Análisis de las redes sociales en operaciones de seguridad interna**

Encalada Prieto, Edgar Alcívar y Fuertes Aguilar, Byron Arturo

Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia de Tecnología

Centro de Posgrados

“Maestría en Defensa y Seguridad”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Magíster en Defensa y Seguridad mención Logística Militar”

TCRN de E.M Montoya Freire, Darwin Rodolfo

16 de noviembre de 2020

## Urkund Analysis Result

Analyzed Document: TESIS FINAL (solo texto).docx (D90514641)

Título del trabajo de titulación ANÁLISIS DE LAS REDES SOCIALES EN OPERACIONES DE SEGURIDAD INTERNA

Submitted: 12/23/2020 12:50:00 AM

Submitter email: byronf7mcfly@outlook.com

Similarity: 9%

Analysis address: waaltamirano.espe@analysis.orkund.com

### Sources included in the report:

URL: <https://neoattack.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/> Fetched: 12/23/2020 12:50:00 AM (1)

URL: <https://www.elcomercio.com/pages/especial-paro-indigena-octubre-decreto.html> Fetched: 12/23/2020 12:50:00 AM (1)

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / TESIS FINAL CARRASCO.docx Document TESIS FINAL CARRASCO.docx (D88958376) Submitted by: JFCARRASCOG73@hotmail.com Receiver: waaltamirano.espe@analysis.orkund.com (1)

URL: <https://blog.ida.cl/marketing-digital/redes-sociales-en-las-instituciones-publicas/> Fetched: 12/23/2020 12:50:00 AM (1)

URL: <https://blog.hootsuite.com/es/riesgos-de-seguridad-en-redes-sociales/> Fetched: 12/23/2020 12:50:00 AM (5)

URL: <http://www.staffcreativa.pe/blog/la-importancia-de-una-buena-imagen-corporativa/> Fetched: 12/23/2020 12:50:00 AM (1)

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / TESIS FINAL CARRASCO LINEAMIENTOS1.2.docx Document TESIS FINAL CARRASCO LINEAMIENTOS1.2.docx (D89501139) Submitted by: JFCARRASCOG73@hotmail.com Receiver: waaltamirano.espe@analysis.orkund.com (1)

URL: <https://investigacioncientifica.org/que-es-la-investigacion-documental-definicion-> Fetched: 12/23/2020 12:50:00 AM (1)

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / TESIS CONSOLIDAD APA7 OLEAS 19.docx Document TESIS CONSOLIDAD APA7 OLEAS 19.docx (D88606673)

Submitted by: jc72oleas@hotmail.com Receiver: waaltamirano.espe@analysis.orkund.com (1)

URL: <https://www.cimat.mx/es/node/798> Fetched: 12/23/2020 12:50:00 AM (1)

URL: [https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_de\\_red\\_social](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_red_social) Fetched: 12/23/2020 12:50:00 AM (1)

URL: <https://www.rdstation.com/co/redes-sociales/> Fetched: 12/23/2020 12:50:00 AM (1)

Instances where selected sources appear: 12

## Urkund

### Entire Document

UNIDAD DE GESTIÓN DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN DEFENSA Y SEGURIDAD

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGISTER EN DEFENSA Y SEGURIDAD

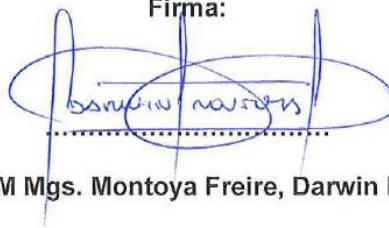
TEMA: ANÁLISIS DE LAS REDES SOCIALES EN OPERACIONES DE SEGURIDAD INTERNA

AUTORES: ENCALADA PRIETO EDGAR ALCIBAR - FUERTES AGUILAR BYRON ARTURO

DIRECTOR: TCRN. E.M DARWIN MONTOYA

SANGOLQUÍ

Firma:



TCRN E.M Mgs. Montoya Freire, Darwin Rodolfo

DIRECTOR



VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE  
TECNOLOGÍA

CENTRO DE POSGRADOS

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **Análisis de las redes sociales en operaciones de seguridad interna**, fue realizado por los señores **Encalada Prieto, Edgar Alcívar y Fuertes Aguilar, Byron Arturo**, el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad, por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 16 de noviembre de 2020

TCRN de E.M Montoya Freire, Darwin  
C.C. 180184296-2



**VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE  
TECNOLOGÍA  
CENTRO DE POSGRADOS**

**RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA**

Nosotros, **Encalada Prieto, Edgar Alcívar**, con cédula de ciudadanía n.° 171097951-7 y **Fuertes Aguilar, Byron Arturo**, con cédula de ciudadanía n.° 040100381-9, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Análisis de las redes sociales en operaciones de seguridad interna**, es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 16 de noviembre de 2020

**Encalada Prieto, Edgar Alcívar**  
C.C. 171097951-7

**Fuertes Aguilar, Byron Arturo**  
C.C. 040100381-9



VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE  
TECNOLOGÍA

CENTRO DE POSGRADOS

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotros, Encalada Prieto, Edgar Alcivar, con cédula de ciudadanía n.° 171097951-7 y Fuertes Aguilar, Byron Arturo, con cédula de ciudadanía n.° 040100381-9, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Análisis de las redes sociales en operaciones de seguridad interna**, en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 16 de noviembre de 2020

**Encalada Prieto, Edgar Alcivar**  
C.C. 171097951-7

**Fuertes Aguilar, Byron Arturo**  
C.C. 040100381-9

## **Dedicatoria**

A nuestras familias, quienes con su apoyo incondicional han sabido respaldarnos constantemente para hacer realidad nuestras metas y objetivos profesionales.

A nuestra noble institución, como lo es la Academia de Guerra del Ejército, alma mater, en donde los conocimientos impartidos por los docentes han contribuido al desarrollo de este estudio.

**Byron Fuertes**

**Edgar Encalada**

## **Agradecimiento**

A Dios por brindarnos la dicha de la vida y haber estado con nosotros en cada reto de nuestra carrera militar, dándonos fortaleza y confianza para continuar adelante y cumplir nuestros objetivos.

A nuestro Director, por sus vastos conocimientos impartidos y quien supo guiar desde el inicio hasta la culminación de este estudio de investigación, que será un aporte importante para nuestra noble institución.

A nuestras esposas e hijos que con su comprensión supieron brindar el apoyo necesario para seguir adelante en nuestra carrera militar.

**Byron Fuertes**

**Edgar Encalada**



## Índice de contenidos

Urkund.....	2
Certificación .....	4
Responsabilidad de autoría.....	5
Autorización de publicación.....	6
Dedicatoria .....	7
Agradecimiento.....	8
Índice de tablas.....	13
Resumen.....	15
Abstract.....	16
Capítulo I.....	17
Planteamiento del problema .....	17
Formulación del problema .....	18
Preguntas de investigación.....	18
Objetivo del estudio.....	18
Campo de acción .....	18
Delimitación de la investigación.....	18
Delimitación temática .....	18
Delimitación espacial.....	18
Delimitación temporal.....	18
Justificación de la investigación.....	19
Objetivos de la investigación .....	20

Objetivo general .....	20
Objetivos específicos.....	20
Capitulo II .....	21
Antecedente de la investigación .....	21
Fundamentación teórica.....	22
Fundamentación general.....	22
Fundamentación específica .....	25
Bases legales .....	34
La Constitución Política de la República (2008) .....	35
Ley de Seguridad Publican y del Estado y su Reglamento (2009) .....	35
Ley Orgánica de Comunicaciones (2019).....	36
Hipótesis .....	36
Sistemas de variables .....	37
Variable independiente.....	37
Variable dependiente.....	37
Conceptualización y operacionalización de las variables .....	37
Conceptualizaciones de las variables .....	37
Operacionalización de las variables.....	37
Capítulo III.....	38
Enfoque de la investigación .....	38
Tipos de investigación.....	38

Población.....	39
Muestra.....	39
Métodos de investigación .....	40
Técnicas de recopilación de datos .....	40
Instrumentos de recopilación de datos .....	40
Técnicas para el análisis e interpretación de datos .....	40
Análisis de las encuestas a oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno en momentos de gran conmoción en el país .....	42
Entrevista realizada al jefe del departamento de Comunicación Social del Ejército ...	53
Capítulo IV .....	55
Objetivos específicos .....	55
Objetivo específico 1 .....	55
Objetivo específico 2 .....	55
Objetivo específico 3 .....	56
Capítulo V .....	57
Introducción.....	57
Objetivo de la propuesta .....	57
Alcance.....	58
Importancia.....	58
Base de la propuesta .....	58
Fundamentación teórica .....	58
Desarrollo de la propuesta .....	65

Estrategias establecidas para el manejo de las redes sociales .....	65
Actividades para el manejo de las redes sociales (propuesta) .....	65
Instructivo para el uso de las redes sociales del Ejército Ecuatoriano que contribuya a las operaciones militares de ámbito interno .....	66
Cuadro de requerimientos - redes sociales .....	69
Normas de seguridad para el manejo de las redes sociales.....	69
Indicadores para la evaluación de acciones estratégicas .....	70
Plan de capacitación para el uso de las redes sociales .....	71
Validación de la propuesta (FODA) .....	73
Matriz de resumen FODA.....	73
Matriz de ponderación – oportunidades.....	75
Matriz de ponderación – amenazas .....	75
Matriz de ponderación – fortalezas .....	76
Matriz de ponderación – debilidades .....	77
Matriz de vulnerabilidad .....	78
Análisis del manejo de las redes sociales y su influencia en las operaciones militares de ámbito interno .....	80
Capítulo IV.....	81
Conclusiones.....	81
Recomendaciones .....	82
Bibliografía .....	83

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Población y muestra.....	39
<b>Tabla 2</b> Estadísticos .....	42
<b>Tabla 3</b> Pregunta 1 .....	43
<b>Tabla 4</b> Pregunta 2.....	44
<b>Tabla 5</b> Pregunta 3.....	45
<b>Tabla 6</b> Pregunta 4 .....	46
<b>Tabla 7</b> Pregunta 5.....	47
<b>Tabla 8</b> Pregunta 6.....	48
<b>Tabla 9</b> Pregunta 7 .....	49
<b>Tabla 10</b> Pregunta 8.....	50
<b>Tabla 11</b> Pregunta 9.....	51
<b>Tabla 12</b> Pregunta 10.....	52
<b>Tabla 13</b> Estrategia 1 .....	70
<b>Tabla 14</b> <i>Estrategia 2</i> .....	71
<b>Tabla 15</b> Estrategia 3 .....	71
<b>Tabla 16</b> Plan de capacitación.....	72
<b>Tabla 17</b> Matriz FODA .....	73
<b>Tabla 18</b> Oportunidades .....	75
<b>Tabla 19</b> Amenazas.....	75
<b>Tabla 20</b> Fortalezas.....	76
<b>Tabla 21</b> Debilidades.....	77
<b>Tabla 22</b> Matriz de Vulnerabilidad – (debilidades y amenazas).....	78
<b>Tabla 23</b> Matriz de Vulnerabilidad – (fortalezas y oportunidades).....	79

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> <i>Estructura Orgánica de la Fuerza Terrestre</i> .....	22
<b>Figura 2.</b> <i>Redes sociales</i> .....	43
<b>Figura 3.</b> <i>Redes sociales</i> .....	44
<b>Figura 4.</b> <i>Planificación de operaciones</i> .....	45
<b>Figura 5.</b> <i>Actividades de comunicación</i> .....	46
<b>Figura 6.</b> <i>Recursos de comunicación</i> .....	47
<b>Figura 7.</b> <i>Regulaciones</i> .....	48
<b>Figura 8.</b> <i>Utilidad de las redes sociales</i> .....	49
<b>Figura 9.</b> <i>Imagen institucional</i> .....	50
<b>Figura 10.</b> <i>Aclaraciones</i> .....	51
<b>Figura 11.</b> <i>Información oportuna</i> .....	52

## Resumen

Actualmente las redes sociales son un medio de comunicación empleado a nivel global y las Fuerzas Armadas no es una excepción mantiene una página en las redes sociales más utilizadas en el país donde se imparte información institucional sin embargo esta tiene impacto en la imagen institucional y además en las diferentes operaciones militares publicadas especialmente en aquella de seguridad en el ámbito interno en la actualidad, por lo que es importante analizar qué tipo de impacto posee la información.

El principal objetivo de esta investigación está relacionada con el análisis de las redes sociales y su influencia en las operaciones militares de seguridad interna que pueden tener influencia en el desarrollo de las actividades militares, así con en la imagen institucional, durante el desarrollo de este trabajo se consideró al departamento de Comunicación Social del Ejército , donde se empleó un tipo de investigación documental y de campo que permitió obtener información importantes así como documentos relacionados con el tema para fundamentar este estudio, además se aplicaron fichas bibliográficas y observaciones de campo para obtener información sobre las redes sociales institucionales y obtener un criterio relacionado con la investigación, este estudio permitió determinar estrategias relacionadas con la influencia de las redes sociales y las operaciones militares de seguridad interna, para que esto contribuya a los objetivos y misión institucional.

Palabras clave

- **REDES SOCIALES**
- **SEGURIDAD INTERNA**
- **IMAGEN**
- **INFORMACIÓN**
- **ESTRATEGIAS**

### **Abstract**

Currently social networks are a means of communication employed globally and the Armed Forces is no exception maintains a page on the most used social networks in the country where institutional information is provided however this has an impact on the institutional image and also on the different military operations published especially in that of security at the internal level today, so it is important to analyze what kind of impact the information has.

The main objective of this research is related to the analysis of social networks and its influence on internal security operations that may influence the development of military activities, as well as in the institutional image, during the development of this work the Army's Department of Social Communication was considered, where a type of documentary and field research was used that allowed to obtain important information as well as documents related to the subject informing this study, in addition to applying bibliographic data sheets and field observations to obtain information on institutional social networks and obtain a research-related criterion, this study allowed to determine strategies related to the influence of social networks and internal security operations, so that this contributes to the objectives and institutional mission.

Key words

- **SOCIAL NETWORKS**
- **INTERNAL SECURITY**
- **IMAGE**
- **INFORMATION**
- **STRATEGIES**



## Capítulo I

### El problema de investigación

#### Planteamiento del problema

Las Fuerzas Armadas sean constituido a través del tiempo como una de las entidades más apreciadas por la población ecuatoriana, pues su imagen ha tenido siempre un buen referente por las batallas que a través de la historia que se han dado en relación a la defensa del territorio ecuatoriano, actualmente los medios digitales tienen la facilidad de hacer llegar información rápida y oportuna de hechos que en muchas ocasiones no han tenido la veracidad, así como información emitida por los propios miembros de la institución que no contribuye a su imagen, por lo que es importante analizar el buen uso de las redes sociales sus ventajas y desventajas según su uso.

Actualmente las Fuerzas Armadas cuentan con redes sociales que deben ser analizadas para constituir un medio de información y contribuir a la imagen institucional, más existen también redes que en la actualidad se han dedicado a manipular la información dando a la ciudadanía una imagen distorsionada de la verdadera situación, por lo que es importante analizar qué tipo de información debe ser difundida y analizar que entidades son las que a través de las redes desinforman a la población ocasionando que la problemática interna sea mayor.

La mala influencia de las redes sociales ha ocasionado en el ámbito de seguridad interna lo siguiente:

- Desconocimiento por parte de la población de la realidad.
- Captura del personal que realiza las diferentes operaciones de ámbito interno.
- Movimiento de incitadores en varios frentes.

## **Formulación del problema**

¿Cómo influyen de forma negativa las redes sociales en los momentos de gran conmoción en el país relacionado con las Operaciones militares de ámbito interno?

## **Preguntas de investigación**

- ¿Qué acontecimientos de gran conmoción en el país se dio en ámbito interno?
- ¿Qué ventajas y desventajas tienen las redes sociales?
- ¿Cuáles estrategias contribuirán a las operaciones militares de ámbito interno en cuanto se refiere a las comunicaciones?

## **Objetivo del estudio**

Establecer estrategias para el manejo de las redes sociales para contribuir a las operaciones militares de ámbito interno.

## **Campo de acción**

Este estudio se realizará en la Comandancia General del Ejército.

## **Delimitación de la investigación**

### ***Delimitación temática***

Este estudio abarca la influencia de las redes sociales en las operaciones militares de ámbito interno realizadas por el Ejército.

### ***Delimitación espacial***

Esta se encuentra establecida para el área de Comunicación Social del Ejército.

### ***Delimitación temporal***

Esta investigación es del conocimiento del personal de oficiales y voluntarios y del Departamento de Comunicación Social del Ejército.

## **Justificación de la investigación**

### **- Relevancia**

Las Fuerzas Armadas en la actualidad están expuesta a un medio cambiante en que actualmente las redes sociales pueden influir para un cambio de escenarios, que puede influir de forma positiva o negativa en las operaciones militares de ámbito interno.

Por eso, lo mejor es apostar por una estrategia de comunicación multicanal, enfocada a contribuir a las operaciones en la Seguridad Interna y que sea la información necesaria requerida para informar de forma veraz y oportuna.

Todo lo expuesto anteriormente demuestra la necesidad de contar con estrategias del manejo adecuado de las redes sociales para que de esta forma contribuyan a las operaciones militares de ámbito interno y a preservar la imagen institucional.

### **- Originalidad**

Esta investigación no posee ningún tema relacionado que se haya desarrollado, únicamente existe información de los últimos acontecimientos de la huelga realizada por los dirigentes indígenas donde las redes sociales formaron un papel importante tanto para la información como para la desinformación a la población además de intervenir en las operaciones militares.

### **- Factibilidad**

Este estudio es de gran importancia para el Ejército puesto que actualmente las redes sociales forman parte de la vida diaria de la población del país así como de las entidades, que hoy en día utilizan este medio para intercambio de información así como para generar una imagen institucional, las Fuerzas Armadas no son una excepción, actualmente sus comunicaciones han cambiado por medio de las redes sociales, sin embargo estas deben ser bien empleadas para contribuir a las diferentes operaciones

militares por lo que este estudio es de interés y su factibilidad está relacionada con la información obtenida en el área tecnológica.

### **Objetivos de la investigación**

#### ***Objetivo general***

Realizar un análisis de la influencia de las redes sociales en las operaciones militares de ámbito interno en los eventos de gran conmoción en el país, que permita contribuir a los objetivos y misión institucional.

#### ***Objetivos específicos***

- Análisis de los acontecimientos de gran conmoción en país que permitan fundamentar la problemática existente en las operaciones militares de ámbito interno con relación a las redes sociales.
- Realizar un análisis al personal que participo en las operaciones de ámbito interno, a fin de determinar las debilidades y amenazas existentes relacionadas con las redes sociales.
- Efectuar estrategias relacionadas con el buen manejo de las redes sociales que permitan contribuir a las operaciones militares de ámbito interno.

## **Capítulo II**

### **Marco teórico**

#### **Antecedente de la investigación**

Las redes sociales actualmente poseen ventajas y desventajas tanto a nivel personal como empresarial, siempre y cuando se utilicen correctamente (Imagen corporativa, 2020)

Las Fuerzas Armadas están inmersas en esta realidad actual de la tecnología a través de las redes sociales las personas se informan de los diferentes acontecimientos a nivel nacional e internacional por eso la importancia de que la entidad aprenda a manejar y a su buen uso para de esta forma proyectar una imagen institucional positiva con criterio institucional que no desvirtúe la realidad de los hechos, que la información sea verídica no falsa para ello se hace necesario esta investigación.

Luego de 45 años de vigencia, en octubre del 2019 dejaron de aplicarse los subsidios del diésel y gasolina extra y ecopaís, como mecanismo para cubrir el déficit fiscal y disminuir el endeudamiento público (Comercio, 2019). Desde este día rigió el Decreto 883. Por lo cual surgió el descontento de los estudiantes, trabajadores, transportistas, indígenas entre otros grupos realizando un paro nacional por la medida, ocasionando un toque de queda que finalizó al momento de que el Gobierno anunció la derogatoria (Comercio, 2019).

Toda esta problemática detonó una serie de información no verificada en las redes sociales ocasionado que se afecten las operaciones militares y creando una situación crítica que tuvo paralizado al país ocasionando grandes pérdidas humanas y económicas, para lo cual se requiere de un análisis acerca de la información que circula

en las redes para desinformar u ocasionar problemas en las operaciones militares de ámbito interno.

### Fundamentación teórica

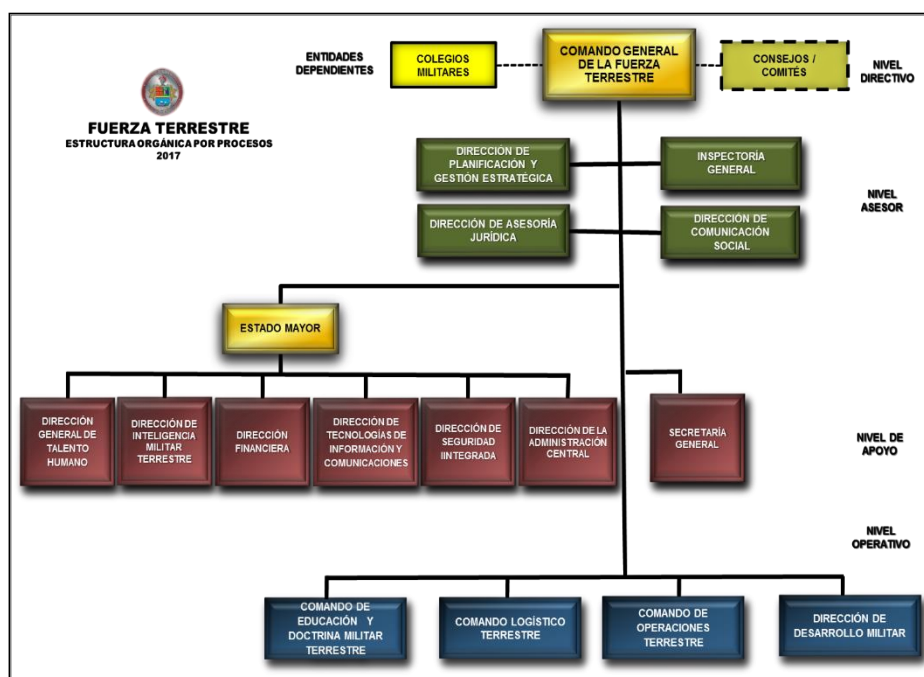
En el marco teórico se establecerán temas que están en relación con las redes sociales y las operaciones militares de ámbito interno donde se establecerá la siguiente temática.

### Fundamentación general

La Fuerza Terrestre, para el cumplimiento de sus competencias, atribuciones, misión, visión y gestión de sus procesos, ha definido la siguiente estructura institucional que a continuación se presenta.

**Figura 1**

*Estructura Orgánica de la Fuerza Terrestre*



Nota. Fuente: Datos obtenidos en la Comandancia General del Ejército.

- **Misión:**

“Desarrollar el poder militar terrestre, preparando, entrenando y equipando al personal militar, mejorando su capacidad operativa de forma permanente y en todo el territorio nacional, para alcanzar los objetivos derivados de la planificación estratégica militar, a fin de coadyuvar en forma conjunta a la defensa de la soberanía e integridad territorial, contribuir en el ámbito interno y en el desarrollo de la Nación” (TERRESTRE, 2018, pág. 6)

- **Visión:**

Ser una Institución al 2021 con efectividad operacional, capacidad de maniobra, personal profesional, ético y moralmente calificado, con un nivel de identidad e imagen institucional; con equipo, tecnología y medios modernos que garanticen el control del Territorio Nacional. (TERRESTRE, 2018, pág. 6)

- **Dirección de Comunicación Social.**

Dentro de la organización del Ejército se encuentra el departamento de comunicación social encargado de las redes sociales para contribuir a la imagen institucional y además ser parte fundamental en las operaciones militares para lo cual se ha establecido la siguiente misión.

**Misión.-** Dirigir la gestión de Comunicación Social, mediante la comunicación estratégica, ceremonial y protocolo, a fin de contribuir al Direccionamiento Estratégico Institucional. (TERRESTRE, 2018, pág. 28)

A continuación se dan a conocer las actividades esenciales con las que cumple esta área dentro de la Comandancia General del Ejército.

- **Atribuciones y responsabilidades:**

- a) Administrar la Dirección de Comunicación Social en la Comandancia General de la Fuerza Terrestre;
- b) Emitir productos comunicacionales;
- c) Dirigir el ceremonial militar y protocolo, en eventos castrenses.; y,
- d) Evaluar el impacto comunicacional. (TERRESTRE, 2018, pág. 28)

- **Entregables:**

- a) Lineamientos para el direccionamiento institucional de la gestión comunicacional.
- b) Plan de Comunicación Social de la Fuerza Terrestre.
- c) Productos comunicacionales.
- d) Informe de seguimiento y evaluación de productos y servicios comunicacionales.
- e) Informe de manejo de crisis comunicacionales.
- f) Reportes de monitoreo de medios y redes.
- g) Informe de imagen e identidad institucional.
- h) Plan Anual de Ceremonias Militares. (TERRESTRE, 2018, pág. 28)

Dentro del ámbito estratégico el Ejército posee un objetivo relacionado con el área de comunicación social como es:

- **Objetivos estratégicos del ejército ecuatoriano**

- **Obj 2: MANTENER LA IMAGEN INSTITUCIONAL**

**1. Optimizar los procesos de difusión de información que tengan impacto estratégico**

- a) Mejorar la difusión de información en todos los niveles de mando, analizando los resultados obtenidos, empleando aquella información que tendrá impacto favorable en la opinión pública y sociedad en general. Las acciones deben



orientarse a mejorar el posicionamiento, difundir efectivamente el rol institucional y fortalecer las relaciones civiles militares. (TERRESTRE, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO, 2017-2021, pág. 1)

- b) Evaluar y retroalimentar los procesos de difusión de información sobre resultados de las operaciones que tengan impacto estratégico en la opinión pública y organismos del Estado. (TERRESTRE, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO, 2017-2021, pág. 1)

### ***Fundamentación específica***

#### ***Influencia de las redes sociales***

La guerra informativa no es algo nuevo, en los recientes conflictos el Internet permite a cualquier actor realizar operaciones informativas con una efectividad y facilidad y efectividad. Los países como Palestina, Siria, Ucrania, Estado Islámico, Israel, Líbano, el empleo de redes sociales y plataformas multicanal permite a cualquier actor recopilar una gran cantidad de información sobre sus potenciales adversarios e influir en la opinión pública mediante actividades de propaganda y contra-propaganda que cambian los criterios de la ciudadanía. (Enrique Fojón Chamorro, 2014)

Las Fuerzas Armadas de muchos países también se encuentran dentro de las redes sociales, empleando como una herramienta de comunicación e inteligencia estratégica. Sin embargo, el uso de su personal constituye una amenaza para la seguridad y defensa. (Enrique Fojón Chamorro, 2014)

Las Fuerzas de Defensa de Israel (FDI). el uso y explotación de las redes sociales en el campo de batalla, han sufrido un problemas de difícil solución. Según FDI, el 70% de sus generales, oficiales y suboficiales y el 95% de sus soldados disponen de perfil personal en la red social de Facebook. No obstante, su uso

inadecuado motivó para que en el año 2013 se prohibiera a los pilotos y soldados de las unidades de inteligencia y operaciones especiales compartir sus fotografías que revelasen su identidad militar, tras algunos acontecimientos que pusieron en peligro la seguridad y defensa del país e imagen institucional. (Enrique Fojón Chamorro, 2014)

En el caso de Ejército del Ecuador no es una excepción ya que debido a las redes sociales las operaciones militares de ámbito interno fueron afectadas e incluso se desarrollaron ataques a los cuarteles por desinformación que no contribuyo de forma efectiva en las operaciones internas, pero a la vez se logro detectar la infiltración de algunas personas que afectaron la seguridad interna del país.

### **Las redes sociales**

Una Red Social es una plataforma digital formada por personas que tienen intereses en común y que interactúan entre ellas ya sea chateando, compartiendo o creando sus propios contenidos.

#### **a) Ventajas de las redes sociales en las entidades públicas**

Estas son algunas de las ventajas que las instituciones públicas pueden obtener a través de las redes sociales:

- Conocer la opinión de las personas que acceden a las redes.
- Informar las novedades relacionadas con su ámbito laboral en un espacio abierto.
- Establecer las necesidades de la sociedad o comunidad.
- Evaluar la calidad de los servicios que brinda la institución.

“Las redes sociales no funcionan como medio de comunicación, son plataformas que permiten estudiar a las comunidades, organizarlas y generar una relación” (Pizarro, 2015).

- **Imagen institucional.-** Desde el año 2008, la Dirección de Comunicación Social del Ejército inició el proceso de medir anualmente la imagen institucional, sobre la base de la premisa que no se puede cambiar algo sino se lo mide, como también para disponer de una estadística que permita determinar cuál es la percepción que tiene el pueblo ecuatoriano sobre el Ejército y confirmar estadísticamente algo que ya se sabía de antemano: que nuestros compatriotas tienen un afecto especial por los militares. (Ecuatoriano, 2017)

La imagen institucional se traduce como la percepción mental que tienen las personas sobre una organización, con base en la información que reciben de ella, sea a través de algún medio de comunicación, de un comentario de terceros o por la experiencia personal. Los datos demuestran que la imagen institucional es mayoritariamente positiva entre nuestros compatriotas, aunque surge a la vez la pregunta ¿cuál es la razón para que la población construya con ese concepto positivo sobre la institución militar?, la respuesta es sencilla: debido al compromiso desinteresado de los militares por el bien, seguridad y desarrollo de los ecuatorianos, una profesión definitivamente sacrificada, que demanda mucho esfuerzo y entrega, haciendo presencia constante en los lugares más apartados de la Patria, en poblados que de pronto son desconocidos para la mayoría de los ciudadanos, donde permanece cotidianamente la mano amiga y solidaria del soldado, para brindarles transporte, medicinas, educación, vialidad y, ante todo, la certeza que pueden realizar sus labores bajo un entorno de paz, seguridad y confianza. (Ecuatoriano, 2017)

La imagen institucional se traduce como la percepción mental que tienen las personas sobre una organización, con base en la información que reciben de ella, sea a través de algún medio de comunicación, de un comentario de terceros o por la

experiencia personal. Los datos demuestran que la imagen institucional es mayoritariamente positiva entre nuestros compatriotas, aunque surge a la vez la pregunta ¿cuál es la razón para que la población construya con ese concepto positivo sobre la institución militar?, la respuesta es sencilla: debido al compromiso desinteresado de los militares por el bien, seguridad y desarrollo de los ecuatorianos, una profesión definitivamente sacrificada, que demanda mucho esfuerzo y entrega, haciendo presencia constante en los lugares más apartados de la Patria, en poblados que de pronto son desconocidos para la mayoría de los ciudadanos, donde permanece cotidianamente la mano amiga y solidaria del soldado, para brindarles transporte, medicinas, educación, vialidad y, ante todo, la certeza que pueden realizar sus labores bajo un entorno de paz, seguridad y confianza. (Ecuatoriano, 2017)

Desde que en 1995 el Ecuador recuperó su dignidad y autoestima emergió una nueva generación de ecuatorianos, a la que hemos catalogado como la Generación de la victoria, la cual hoy continúa caminando con optimismo a pesar de las arduas pruebas, confiados que junto a ellos está su amigo soldado cuidando su integridad y brindándoles todo el respaldo posible (Ecuatoriano, 2017)

Como podemos observar, a través del tiempo la imagen institucional se ha ido incrementando logrando su punto más alto en el año 1995 con la victoria del Cenepa, pero podemos observar que esta ha venido disminuyendo debido a la problemática actual en la que se ha visto inmerso el personal militar como son el robo de armamento y otras circunstancias que han sido publicadas a través de los medios de comunicación, por lo tanto es importante mejorar el imagen institucional.

## **b) Desventajas**

- **Problemas de reputación institucional.**- Si no sabes manejar bien las redes sociales, pueden convertirse en un arma de doble filo. Si no eres profesional o no llevas a cabo una buena gestión, es muy probable que la reputación de tu empresa se vea afectada, ya que los errores quedan expuestos a todo el mundo.
- **Exigen demasiada dedicación.**- Construir una comunidad en torno a la institución en las redes sociales no es tarea sencilla. Se necesita mucho esfuerzo y constancia para poder ver resultados a medio y largo plazo.
- **No son totalmente gratuitas.**- Las redes sociales son cada vez más restrictivas con la visibilidad y el alcance de las publicaciones de las páginas. Además, si queremos que la estrategia dé resultados, lo más recomendable es contratar un profesional para que se encargue de estas actividades.
- **Dan pistas de nuestra estrategia.**- Al igual que tú puedes estudiar a otras instituciones, ellos también pueden hacerlo contigo. De hecho hay herramientas que permiten analizar el perfil de tu negocio y compararlo con el de otros.

## **Seguridad**

Dentro de la seguridad tenemos las siguientes normas generales de seguridad que se deben considerar en las redes sociales.

### **a) Normas de seguridad generales en las redes institucionales**

Para hacer uso de las redes sociales se debe considerar:

#### **1. Riesgos de seguridad en redes sociales - normas**

Para la mayoría de las marcas hoy en día, las redes sociales son fundamentales para lograr el éxito en su servicio al cliente y de marketing. Retirarse significaría poner en riesgo la participación de las partes interesadas y la oportunidad de mercado (Russell, 2017).

Por el contrario, las empresas deben garantizar que tienen conocimiento sobre los riesgos y tomar las medidas para protegerse ellos mismos.

Se analizarán cinco de los riesgos de seguridad más comunes en redes sociales y sobre los cuales debe protegerse una organización.

## **2. Error humano**

Desde tuits accidentales, hasta clics no reconocidos en vínculos fraudulentos, el error humano es una de las amenazas de seguridad en redes sociales más comunes para las marcas en la actualidad (Russell, 2017).

## **3. No poner atención a las redes sociales**

Relacionado al error humano, no poner atención a tus cuentas de redes sociales puede tener graves consecuencias. Por ejemplo, dejar de monitorear tu cuenta la pone en riesgo de ser infectada por un virus malicioso que podría esparcirse hasta tus seguidores (Russell, 2017).

Peor aún, si dicho virus envía mensajes no deseados desde tu cuenta, podrías correr el riesgo de perder seguidores que ya no te verán como alguien confiable.

## **4. Aplicaciones y ataques maliciosos**

El internet está plagado de softwares maliciosos: desde programas malignos y programas de publicidad, (de los cuales hubo más de 4000 ataques todos los días en 2016) (Russell, 2017),

Uno de los ataques más sofisticados que se recuerda en redes sociales en la memoria reciente, fue el de la aplicación Locky. En un principio se propagó mediante archivos adjuntos de correo electrónico, Locky se dirigía directamente a redes sociales a través de la circulación de jpegs corruptos (esos sigilosos hackers de Locky descubrieron una manera de incrustar códigos maliciosos en un archivo de imagen, (Russell, 2017).

Cuando un usuario que no sabía nada al respecto hacía clic en la imagen y la abría, Locky ponía una restricción inmediatamente en todos los archivos de su computadora. Posteriormente aparecía una pequeña nota que exigía al usuario un pago (a través de la anónima red Tor) a cambio de la clave para desbloquear los archivos del usuario (Russell, 2017).

Posteriormente aparecía una pequeña nota que exigía al usuario un pago (a través de la anónima red Tor) a cambio de la clave para desbloquear los archivos del usuario (Russell, 2017).

## **5. Fraude de suplantación de identidad**

Al igual que las aplicaciones maliciosas, los fraudes de suplantación de identidad utilizan las redes sociales para engañar a la gente para que brinden información personal (como información bancaria y contraseñas). Los intentos de suplantación de identidad en redes sociales se dispararon en un sorprendente 500 por ciento en 2016, atribuidos en gran parte a cuentas de atención al cliente fraudulentas que se dirigían a clientes en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn (Russell, 2017).

## **6. Configuración de privacidad**

La privacidad y la protección en las redes sociales es sumamente importante. Sin embargo, muchas empresas siguen poniendo su reputación en riesgo al no implementar una estricta configuración de privacidad. Como resultado, los hackers pueden apoderarse fácilmente de los canales sociales de la marca y causar problemas (Russell, 2017).

Las redes sociales actualmente son empleadas por el Ejército ecuatoriano lo cual refleja su imagen, hacia la sociedad ecuatoriana la misma que debe considerar estrategias que le permitan minimizar las desventajas e incrementar sus ventajas principalmente en el ámbito de las operaciones militares de ámbito interno para no poner en riesgo las mismas.

## **7. Imagen corporativa y responsabilidad social**

La imagen corporativa, o reputación, describe la manera cómo una empresa, sus actividades y sus productos o servicios son percibidos por los usuarios. En un clima empresarial, muchas empresas trabajan activamente para crear y comunicar una imagen positiva a sus clientes, comunidad financiera y público en general (Creativa, 2015)

Esto entonces aplica al caso de las empresas públicas que reflejan su imagen, a través de las redes sociales las cuales visualizan su accionar especialmente en el ámbito del Ejército, debido a que la institución ha tenido gran participación en la historia de nuestro país.

### **b) Normativas**

Las normativas que consideraran para este estudio son:

- La Constitución Política de la República del Ecuador.
- Ley de Seguridad Publican y del Estado y su Reglamento.
- Ley Orgánica de Comunicaciones.

Los artículos relacionados con estas normativas se encuentran detalladas en el numeral 2.3

### ***Operaciones militares de ámbito interno***

Las operaciones en el ámbito interno que se desarrollan en el Ejército son:

- Respuesta a crisis (con estado de excepción).
- Apoyo a la Policía Nacional ante grave conmoción interna (LSPE, Art 11 innumerado, Art 35) (ecuatoriano, 2009).



## **Planificación**

La planificación de las operaciones se encuentra establecidas en el  
Direcccionamiento Estratégico del Ejército

### **a) Planificación de las operaciones militares de ámbito interno**

Dentro de la Planificación Estratégica se encuentra un objetivo vinculado a la  
seguridad interna

**OEI 2:** Mantener el apoyo de Fuerzas Armadas a las Instituciones del Estado en la  
Seguridad Integral desde el ámbito de la Defensa. (Terrestre, Nuevo Plan  
Estrategico Institucional, 2019)

#### **- Estrategias**

- Mejorar el nivel de vinculación con la sociedad civil y/o con organismos estatales.
- Interactuar en forma interinstitucional y efectiva en seguridad integral, de manera coordinada dentro del ámbito de competencias de cada institución.
- Restablecer la autoridad marítima.
- Fortalecer la normativa legal en soporte a las operaciones de apoyo a la seguridad integral.- Esta última acción vincula al ámbito interno. (Terrestre, Nuevo Plan Estrategico Institucional, 2019)

#### **- Metas**

Hasta el año 2021, mantener al 100% la contribución de FF.AA con las  
instituciones del Estado en la seguridad integral.

### **b) Recursos de comunicación**

Los recursos que actualmente se emplean son:

- Profesional especializado en el area de redes sociales.
- Internet.

- Seguridad de la red.
- Paginas (Facebook, twitter, Instagram entre otros).
- Pago de los valores por el servicio.

### **Actividades**

Las actividades en la seguridad interna están relacionadas con:

- Respuesta a crisis (con estado de excepción).
  - Operaciones militares en el ámbito interno relacionadas con el (reconocimiento ofensivo, ocupación, destrucción, registro, cerco, emboscada, incursión y ataque coordinado (Terrestre, Nuevo Plan Estrategico Institucional, 2019).
- Apoyo a la Policía Nacional ante grave conmoción interna (LSPE, Art 11 innumerado, Art 35).
  - Operaciones internas (antidelincuenciales, control del orden público y control de la población y sus recursos) (Terrestre, Nuevo Plan Estrategico Institucional, 2019)

Estas actividades serán proporcionadas con más detalle en las encuestas y entrevistas que se desarrollaran.

#### **a) Dificultades en las actividades debido a la información de las redes**

Las comunicaciones en las redes sociales puede proporcionar en algunos casos información no veras que confunda a la comunidad, así como la divulgación de información perjudicial que ocasione problemas en las operaciones militares de ámbito interno desarrolladas, este tema será profundizado en las encuestas y entrevistas.

### **Bases legales**

Las bases legales que se emplearon en esta investigación son:

***La Constitución Política de la República (2008)***

**Art. 384.-** El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.... (Ecuador, 2008)

Este artículo se establece que la formulación de políticas públicas de comunicación será regulada por la ley de comunicaciones, así como su organización, funcionamiento y participación ciudadana de libre expresión.

***Ley de Seguridad Publican y del Estado y su Reglamento (2009)***

**Art. 20.- De la autorización judicial.-** Cuando los organismos de inteligencia, como parte de las operaciones encubiertas, requieran retener, abrir, interceptar o examinar documentos o comunicaciones por cualquier medio, solicitarán de forma motivada al Presidente o Presidenta de la Corte Nacional de Justicia la autorización correspondiente, mediante solicitud reservada, la cual constará en los registros especiales que, para el efecto, mantendrá la Función Judicial. (Ecuador, Ley de Seguridad Publican y del Estado y su Reglamento , 2009)

En este artículo se menciona que si los organismos de inteligencia como parte de las operaciones encubiertas requieran examinar documentos, lo deberán hacer solicitando al Presidente de la Corte Nacional de Justicia.

### ***Ley Orgánica de Comunicaciones (2019)***

**Art. 4.- Contenidos personales en internet.-** Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet. (Ecuador, Ley Orgánica de Comunicaciones , 2019)

En este artículo de ley da la autorización de modo personal de la información que se emita a través del internet y no incluye las acciones penales o civiles de las infracciones cometidas a través del internet.

**Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.-** Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos. (Ecuador, Ley Orgánica de Comunicaciones , 2019)

En este artículo se menciona que la información pública difundida a través de los medios de comunicación es de relevancia pública sin violar el derecho a la honra de las personas u otros derechos.

### **Hipótesis**

La ausencia de un análisis sobre el manejo adecuado de las redes sociales y su influencia en las operaciones militares de ámbito interno en momentos de gran conmoción en el país no ha permitido proporcionar estrategias que contribuyan a los objetivos institucionales.

**Sistemas de variables*****Variable independiente***

El manejo adecuado de las redes sociales.

***Variable dependiente***

Operaciones militares de ámbito interno en momentos de gran conmoción en el país.

**Conceptualización y operacionalización de las variables*****Conceptualizaciones de las variables***

Anexo "1A"

***Operacionalización de las variables***

Anexo "2A"

## **Capítulo III**

### **Marco metodológico**

#### **Enfoque de la investigación**

Para el desarrollo de este estudio se aplicó una investigación documental de los medios de comunicación y redes sociales que permitió obtener datos importantes que contribuyan al análisis, además se realizó una investigación de campo aplicando instrumentos de investigación que nos permitió obtener datos cuantitativos, así como aplicar un método estadístico que nos permitió analizar los resultados obtenidos.

#### **Tipos de investigación**

Para este estudio se consideró los siguientes tipos de investigación como:

- **Investigación documental.**- “Es una técnica que consiste en la selección y compilación de información a través de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, bibliotecas, bibliotecas de periódicos, centros de documentación e información” (Baena, 1985).

Con este tipo de investigación, se inició el análisis utilizando la herramienta de estudio bibliográfico, bajo los diferentes esquemas que esta herramienta nos brinda; recabando información, a fin de favorecer la investigación.

- **Investigación de campo.**- “Trabajo de campo es la recopilación de información fuera de un laboratorio o lugar de trabajo. Es decir, los datos que se necesitan para hacer la investigación se toman en ambientes reales no controlados” (Lifeder, 2002)

Esta investigación se tomó en cuenta técnicas como: encuestas de especialistas en el tema; el propósito fundamental de estas técnicas es consolidar información que contribuyó a la propuesta planteada.

## Población

Para este estudio se tomó en consideración al personal de Oficiales y Voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno, como también al Jefe de Comunicación Social del Ejército y el personal que labora en dicho departamento con un total de 242.

## Muestra

En este caso como la muestra de este estudio social no sobre pasa las 30 personas es equivalente a la población conforme al siguiente detalle:

Para el cálculo de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$n =$  (tamaño de la muestra)

$N =$  tamaño de la población (242)

$e = 0.05$  (error admisible)

$N-1 =$  Corrección geométrica para muestras mayores de 30 sujetos.

$$n = \frac{N}{e \sqrt{(N-1)+1}}$$

**Tabla 1**

Población y muestra

SUJETOS	POBLACIÓN	MUESTRA	PORCENTAJE
Jefe del Dpto. de Comunicación Social	1	1	0,70%
Oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno de gran conmoción en el país	241	150	99,33%
<b>TOTAL</b>	<b>242</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Fuente: Datos obtenidos en la Comandancia General del Ejército.

## **Métodos de investigación**

### **- Método estadístico**

“Los métodos estadísticos son procedimientos para manejar datos cuantitativos y cualitativos mediante técnicas de recolección, recuento, presentación, descripción y análisis. Los métodos estadísticos permitieron comprobar hipótesis o establecer relaciones de causalidad en un determinado fenómeno” (Conacyt, s.f.).

## **Técnicas de recopilación de datos**

- **Entrevista estructurada.** Esta técnica dio origen a la obtención de información relacionada con el tema, a través de un cuestionario guía.
- **La encuesta.** Es una técnica cuyo cuestionario nos permitió contribuir a la investigación que se realizó a través de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas.
- **Fichas bibliográficas.-** Esta se empleó al momento de obtener información que contribuyó al marco teórico.

## **Instrumentos de recopilación de datos**

Los instrumentos a ser aplicados son:

- Entrevistas al Jefe del Dpto. de Comunicación Social. Ver (Anexo B)
- Encuesta al personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones internas en los momentos de gran conmoción en el país. Ver (Anexo B)

## **Técnicas para el análisis e interpretación de datos**

Se establecieron los siguientes pasos

- Se efectuó la recopilación de datos a través de encuestas y entrevistas al personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno en momentos de gran conmoción en el país.



- Seguidamente se efectuó la organización de la información.
- Se realizó el procesamiento en el sistema SPSS, a fin de obtener tablas y gráficos.
- Finalmente se efectuó el análisis e interpretación de datos estadísticos a fin de obtener las conclusiones que contribuirán a la investigación.

**Análisis de las encuestas a oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno en momentos de gran conmoción en el país**

**Tabla 2**

Estadísticos

		PREG 1	PREG 2	PREG 3	PREG 4	PREG 5	PREG 6	PREG 7	PREG 8	PREG 9	PREG 10
N	Válido	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		1,000 0	1,0933	1,6267	2,0467	1,3267	1,9533	1,1400	1,0000	1,0933	2,0000
Mediana		1,000 0	1,0000	2,0000	2,0000	1,0000	2,0000	1,0000	1,0000	1,0000	2,0000
Moda		1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00
Desviación estándar		,0000 0	,29187	,57401	,21163	,47057	,21163	,34815	,00000	,29187	,30653
Suma		150,0 0	164,00	244,00	307,00	199,00	293,00	171,00	150,00	164,00	300,00

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en la seguridad interna.

**1. ¿Cree Ud. que las redes sociales afectan en algún momento las operaciones militares de ámbito interno?**

**Tabla 3**

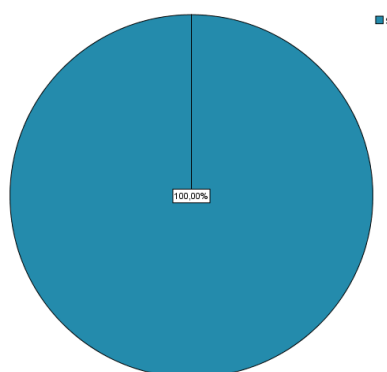
Pregunta 1

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	SI	150	100,0	100,0	100,0

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Figura 2**

*Redes sociales*



*Nota.* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Análisis y conclusión**

Tabla 3 y figura 2 encuesta realizada a los voluntarios de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 100.00% responde que Sí por lo que podemos concluir que si creen que las redes sociales afectan en algún momento las operaciones militares de ámbito interno.

**2. ¿Considera Ud. necesario que existan normas de seguridad para el manejo de las redes sociales?**

**Tabla 4**

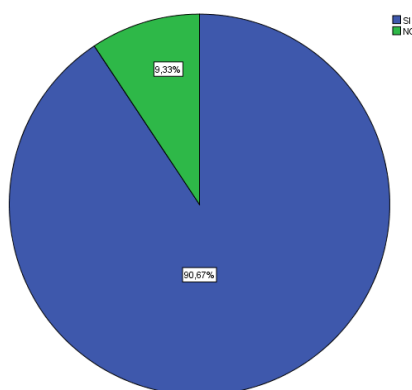
Pregunta 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	136	90,7	90,7	90,7
	NO	14	9,3	9,3	100,0
Total		150	100,0	100,0	

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Figura 3**

*Redes sociales*



*Nota.* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Análisis y conclusión**

Tabla 4 y figura 3 encuesta realizada a los oficiales, voluntarios y al departamento de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 90.70% responde que SÍ y el 9.30% responde que

NO por lo que podemos concluir que si consideran necesario que existan normas de seguridad para el manejo de las redes sociales.

**3. ¿Existe dentro de la planificación de las operaciones militares de ámbito interno actividades relacionadas con las redes sociales?**

**Tabla 5**

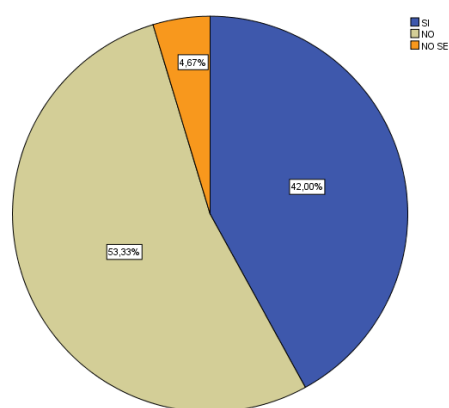
Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	63	42,0	42,0	42,0
	NO	80	53,3	53,3	95,3
	NO SE	7	4,7	4,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones.

**Figura 4**

*Planificación de operaciones*



*Nota:* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

## Análisis y conclusión

Tabla 5 y figura 4 encuesta realizada a los voluntarios de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 42.00% responde que SÍ, el 55.30% responde que NO y el 4.70% responde NO SE por lo que podemos concluir que no existe dentro de la planificación de las operaciones militares de ámbito interno actividades relacionadas con las redes sociales.

### 4. ¿Considera Ud. que las actividades de comunicación que se emplearon en las últimas operaciones fueron suficientes?

**Tabla 6**

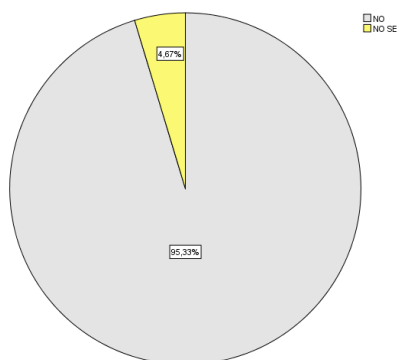
Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	143	95,3	95,3	95,3
	NO SE	7	4,7	4,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Figura 5**

*Actividades de comunicación*



*Nota.* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

## Análisis y conclusión

Tabla 6 y figura 5 encuesta realizada a los voluntarios de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 95.30% responde que NO y el 4,70% responde NO SE por lo que podemos concluir que no consideran que las actividades de comunicación que se emplearon en las últimas operaciones fueron suficientes.

### 5. ¿Considera Ud. que los recursos de comunicación son necesarios?

**Tabla 7**

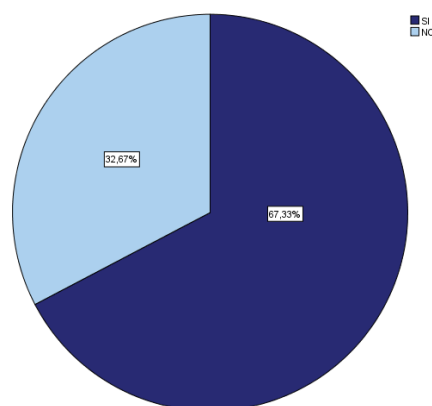
Pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	101	67,3	67,3	67,3
	NO	49	32,7	32,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Figura 6**

*Recursos de comunicación*



*Nota.* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

## Análisis y conclusión

Tabla 7 y figura 6 encuesta realizada a los voluntarios de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 67.30% responde que SÍ, y el 32.70% responde que NO por lo que podemos concluir que sí considera que los recursos de comunicación son necesarios.

### 6. ¿Cree Ud. que las regulaciones del manejo adecuado de las redes sociales en la institución son suficientes?

**Tabla 8**

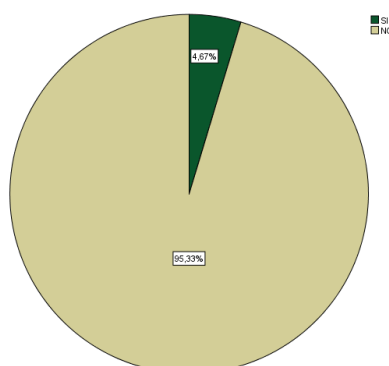
Pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	7	4,7	4,7	4,7
	NO	143	95,3	95,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Figura 7**

*Regulaciones*



*Nota.* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.



## Análisis y conclusión

Tabla 8 y figura 7 encuesta realizada a los voluntarios de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 4.70% responde que SÍ, y el 95.30% responde que NO por lo que podemos concluir que no creen que las regulaciones del manejo adecuado de las redes sociales en la institución son suficientes.

### 7. ¿Considera Ud. que son útiles las redes sociales institucionales?

**Tabla 9**

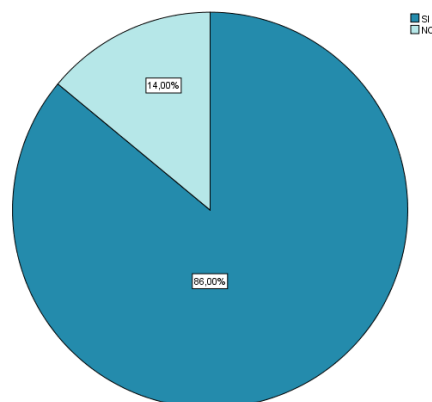
Pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	129	86,0	86,0	86,0
	NO	21	14,0	14,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Figura 8**

*Utilidad de las redes sociales*



*Nota.* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

## Análisis y conclusión

Tabla 9 y figura 8 encuesta realizada a los voluntarios de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 86.00% responde que SI, y el 14.00% responde que NO por lo que podemos concluir que si consideran que son útiles las redes sociales institucionales.

### 8. ¿Cree Ud. que es una desventaja para la imagen institucional, el poco uso de las redes sociales institucionales?

**Tabla 10**

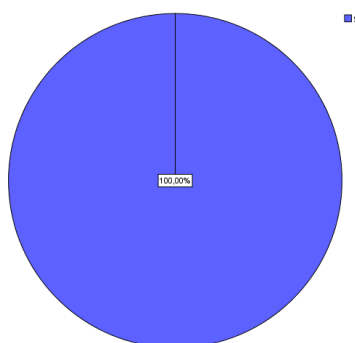
Pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	150	100,0	100,0	100,0

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Figura 9**

Imagen institucional



*Nota.* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

## Análisis y conclusión

Tabla 10 y figura 9 encuesta realizada a los voluntarios de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 100.00% responde que Sí por lo que podemos concluir que sí creen que es una desventaja para la imagen institucional, el poco uso de las redes sociales institucionales.

### 9. ¿Considera Ud. que las redes sociales son un medio adecuado para generar aclaraciones sobre el actuar de Fuerzas Armadas durante las operaciones militares de ámbito interno?

**Tabla 11**

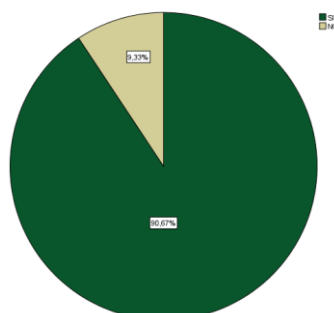
Pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	136	90,7	90,7	90,7
	NO	14	9,3	9,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Figura 10**

*Aclaraciones*



*Nota.* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

## Análisis y conclusión

Tabla 11 y figura 10 encuesta realizada a los voluntarios de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 90.70% responde que SÍ y el 9.30% responde que NO por lo que podemos concluir que si consideran que las redes sociales son un medio adecuado para generar aclaraciones sobre el actuar de Fuerzas Armadas durante las operaciones militares de ámbito interno.

### 10. ¿Cree Ud. que la información que han generado las redes sociales institucionales en las últimas operaciones han sido oportunas?

**Tabla 12**

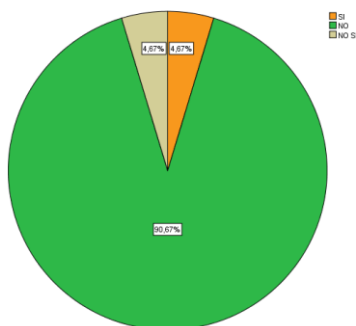
Pregunta 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	7	4,7	4,7	4,7
	NO	136	90,7	90,7	95,3
	NO SE	7	4,7	4,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

*Nota.* Fuente: Datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

**Figura 11**

*Información oportuna*



*Nota.* Fuente: Figura de los datos obtenidos del personal de oficiales y voluntarios que participaron en las operaciones militares de ámbito interno.

## **Análisis y conclusión**

Tabla 12 y figura 11 encuesta realizada a los voluntarios de comunicación social del Ejército de un total de 150 encuestados se obtuvo los siguientes resultados el 4.70% responde que SÍ, el 90.70% responde que NO y el 5.00% NO SE por lo que podemos concluir que no creen que la información que han generado las redes sociales institucionales en las últimas operaciones han sido oportunas.

## **Entrevista realizada al jefe del departamento de Comunicación Social del Ejército**

Durante la entrevista los oficiales mencionan que las redes sociales si afectan a las operaciones de seguridad en especial información que es publicada por personas particulares y no por los medios oficiales que poseen un contenido más político que contribuye a la problemática actual del país, ocasionando problemas a la institución reflejando una imagen institucional poco favorable para las Fuerzas Armadas.

El que las Fuerzas Armadas conste con redes sociales establece información mediante fuentes oficiales que rescatan la imagen institucional y dan a conocer las diferentes actividades que se desarrollan en función de su misión y objetivos institucionales.

En cuando a la principal desventaja que existe, mencionan que hay personas que emplean las redes sociales para fines personales y políticos, no poseen fundamento en sus relatos perjudicando las operaciones militares de ámbito interno.

Se mencionó que si existen normativas internas relacionadas con el ámbito de Comunicación Social.

Las normativas que se pueden emplear mencionan las siguientes:

- Ley Orgánica de Comunicación.
- Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información.
- Código Orgánico.

- Código Integral Penal.
- Código de Ética Profesional del Periodista.
- Reglamento de Disciplina Militar.
- Reglamento de Protocolo y Ceremonial Militar.

Actualmente la institución cuenta con una planificación estratégica en base a los objetivos institucionales pero no están relacionadas directamente con las redes sociales sino que existen objetivos relacionadas con las operaciones militares de ámbito interno.

En cuanto a los recursos adicionales que se requieren mencionan:

- Software. Photoshop Elements, Movie Maker
- Aplicaciones de Medición.
- Aplicaciones de Monitoreo.

En cuanto a las recomendaciones se estableció lo siguiente:

- Selecciona con cuidado la información que se va a publicar.
- Decidir cuidadosamente cada foto que se publique en la red.
- Cuidar la imagen institucional.

## Capítulo IV

### Desarrollo de los objetivos

#### Objetivos específicos

A continuación describiremos como se cumplió los diferentes objetivos de la investigación:

##### ***Objetivo específico 1***

- Establecer el marco teórico en base a acontecimientos de los momentos de gran conmoción en país para fundamentar la propuesta.

Este objetivo (1) fue cumplido cuando se desarrolló el marco teórico donde se establecieron los siguientes contenidos:

- Las redes sociales.
- Seguridad.
- Operaciones militares de ámbito interno.
- Planificación.
- Actividades.
- Influencia de las redes sociales.

##### ***Objetivo específico 2***

- Realizar un análisis mediante encuestas al personal que participo en la Seguridad Interna, para determinar las debilidades y amenazas existentes relacionadas con las redes sociales.

El objetivo (2) ha sido cumplido los análisis establecidos en base a los instrumentos de investigación donde se obtuvo las principales conclusiones que a continuación se detallan:

- Con una tendencia del 100% y 90% se mencionó que las que si creen que las redes sociales afectan en algún momento las operaciones militares de ámbito interno.
- Con un porcentaje del 95% y 65% de los encuestados se dan a conocer que las actividades de comunicación que se emplearon en las últimas operaciones no fueron suficientes.
- Con el 85% y 100% se concluyó que son útiles las redes sociales institucionales.
- Se estableció además que los requerimientos adicionales necesario son:
  - Software. Photoshop Elements, Movie Maker.
  - Aplicaciones de Medición.
  - Aplicaciones de Monitoreo.
- Además se recomendó lo siguiente:
  - Selecciona la información que se va a publicar
  - Elegir cada foto que publicará en la red.
  - Cuidar la imagen institucional.

### ***Objetivo específico 3***

- Efectuar una propuesta de estrategias que contribuyan a las operaciones militares de ámbito interno para obtener resultados más efectivos.

El objetivo (3) será cumplido con el desarrollo del capítulo V donde se incluirán los siguientes contenidos relevantes que se dan a conocer a continuación:

- Objetivo.
- Importancia.
- Instructivo para el empleo de las redes sociales.
- Cuadro de requerimientos - redes sociales.
- Plan de capacitación para el uso de las redes sociales.



## **Capítulo V**

### **Propuesta alternativa**

#### **Introducción**

Las redes sociales son un factor importante en el sector tanto público como privado su importancia hoy en día se ha hecho más grande debido a las múltiples necesidades que poseen las instituciones en el uso de las redes sociales en un mundo globalizado cada que exige el uso de las redes sociales.

En uso del internet y las redes sociales permiten las conexiones entre personas tanto naturales como jurídicas que interactúan dando sus criterios. (Redes sociales, 2019)

Se crean relaciones entre personas o instituciones de forma efectiva, sin considerar su nivel social, educativo o limitaciones. (Redes sociales, 2019)

Las redes sociales son estructuras que se desarrollan por la institución en este caso las redes sociales del Ejército que se emplean son Facebook e Instagram donde la institución pública las diferentes actividades que se desarrollan considerando las más relevantes que contribuyan a la imagen institucional, sin embargo estas muchas veces pueden ser cuestionados por actores externos políticos para ver beneficios individuales para lo cual se requiere un análisis y evaluación.

Sin embargo el Internet, las redes sociales están relacionadas con la falta de privacidad, pero también han servido como medio de comunicación pública que puede ocasionar un impacto social. Estas plataformas también han creado, una nueva forma de relacionarse tanto en el medio institucional como personal.

#### **Objetivo de la propuesta**

- Determinar estrategias relacionadas con la influencia de las redes sociales y las operaciones militares de ámbito interno, a fin de contribuir a su manejo efectivo.

## **Alcance**

Esta propuesta podrá ser aplicada al departamento de Comunicación Social del Ejército y al personal militar del Ejército.

## **Importancia**

Las redes sociales más importantes tienen una gran cantidad de usuarios, los cuales pueden interesarse por las publicaciones institucionales y es esto lo que hay que aprovechar para llegar a ellos. Si es cierto que otro tipo de publicidad y la presencia en un local pueden ayudar a darse a conocer a la empresa, cuantas más formas de llegar a los clientes mejor.

La definición de las estrategias para el uso de las redes sociales permitirá:

- Contribuir a la mejorar el manejo de las redes sociales.
- La comunicación de las redes contribuirá a las operaciones militares de ámbito interno.
- Comunicación rápida y efectiva.
- Mejoramiento de la imagen institucional.

## **Base de la propuesta**

### ***Fundamentación teórica***

### ***Planificación estratégica del Ejército***

## **OBJ 2: MANTENER LA IMAGEN INSTITUCIONAL.**

### **1. OPTIMIZAR LOS PROCESOS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN QUE TENGAN IMPACTO ESTRATÉGICO.**

- a) Mejorar la difusión de información en todos los niveles de mando, analizando los resultados obtenidos, empleando aquella información que tendrá impacto favorable en la opinión pública y sociedad en general. Las acciones deben orientarse a mejorar el posicionamiento, difundir efectivamente el rol

institucional y fortalecer las relaciones civiles militares. (TERRESTRE, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO, 2017-2021, pág. 2)

- b) Evaluar y retroalimentar los procesos de difusión de información sobre resultados de las operaciones que tengan impacto estratégico en la opinión pública y organismos del Estado (TERRESTRE, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO, 2017-2021, pág. 2).

**2. FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COHESIÓN INTERNA CON EL MANEJO ADECUADO DE LOS TEMAS LEGALES (DISCIPLINARIOS) Y EVITANDO EL INVOLUCRAMIENTO DEL PERSONAL MILITAR EN ACTIVIDADES ILÍCITAS.**

- a) Optimizar las estructuras y procesos (revisar modelo de gestión de la Justicia Militar) del ámbito legal para mejorar el manejo de casos disciplinarios y legales. Considerar la incorporación de asesoría externa para ciertos casos, que permitan dar un seguimiento adecuado y obtener resultados favorables que redunden en la imagen y fortalezcan la cohesión institucional (TERRESTRE, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO, 2017-2021, pág. 3).
- b) Implementar procesos y estructuras de control interno, que permitan disminuir el involucramiento del personal militar en actividades ilícitas y detectar situaciones de orden interno que afecten la disciplina y cohesión institucional. Priorizar el control en aquellas tareas y misiones que presenten mayor riesgo (TERRESTRE, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO, 2017-2021, pág. 3).
- c) Incluir de manera activa el uso de redes sociales en sus diferentes modalidades para la difusión de información de interés institucional hacia los

auditorios internos y externos (TERRESTRE, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO, 2017-2021, pág. 3).

- d) Definir normativa para el adecuado uso de las redes sociales, procurando evitar situaciones de afectación legal, personal o de seguridad (TERRESTRE, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO, 2017-2021, pág. 3).

### ***Software. Photoshop.***

El software de introducción a Photoshop, permiten utilizar las herramientas y las técnicas básicas de Adobe Photoshop. Para el diseño de imágenes que servirán para que en este tutorial te familiarizarás con el área de trabajo de Photoshop y aprenderás a abrir y guardar imágenes, a aumentarlas y reducirlas con el zoom y a deshacer los errores.

Photoshop es el nombre de una más que conocida herramienta de edición de imágenes y fotografía, un programa que se utiliza en PC para retocar fotos y hacer montajes de carácter profesional, aunque también accesible para usuarios que llevan poco tiempo experimentando en ese terreno.

Con la innovación tecnológica de los últimos años, las empresas se han lanzado cada vez más a recurrir a este programa por su utilidad a la hora de montar imágenes de cualquier tipo. Aunque en el campo de la rotulación se sigue manejando más el dibujo vectorial por su capacidad para ser redimensionado sin perder calidad, el de fotografía es un programa que se emplea muy a menudo para cualquier tipo de imagen, incluso para aquellas de carácter promocional (Programas monitorización redes, 2019).

### ***Monitoreo de las redes sociales***

De una forma sencilla podemos definir la monitorización de redes sociales como la acción de utilizar una aplicación para monitorizar lo que se dice en Internet.

También se puede definir con otros sinónimos como pueden ser escucha social, medición de redes sociales, análisis online, gestión de redes sociales, etc. (Programas monitorización redes, 2019).

Pero los tres pasos claves para optimizar y mejorar tus publicaciones en redes sociales son: monitorizar, programar y analizar. Es fundamental que tu cuenta lleve un seguimiento diario y analice hashtags y publicaciones.

### ***Listado básico de qué monitorizar***

- El perfil de nuestro cliente y de los futuros también.
- La reputación online que tengamos nosotros y nuestra competencia.
- La retroalimentación que provoquemos.
- Comentarios que generemos en la red.
- Medir el retorno de inversión (ROI) de la marca (Programas monitorización redes, 2019).

### ***Herramientas para Monitorizar Redes Sociales***

Para ayudar en la gestión de tus redes sociales se mostrara las que se consideró como herramientas fundamentales para poder monitorizar los perfiles y sacarles el mejor rendimiento.

De una forma sencilla podemos definir la monitorización de redes sociales como la acción de utilizar una aplicación para monitorizar lo que se dice en Internet.

A continuación mencionaremos algunas de las herramientas para monitoreo de las redes sociales como son:

#### **a) Metricool**

Permite gobernar y programar desde ella las principales aplicaciones sociales. Puede programar, seguir y analizar: Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram y Google

My Business. Además, monitoriza las campañas de publicidad tanto en Google como en Facebook Ads. (Programas monitorización redes, 2019)

La herramienta permite analizar cada web o blog, en tiempo real, es como un pequeño análisis que te da la información básica. También puedes comparar tus perfiles y publicaciones. Su #Tracker para monitorizar hashtags es lo más importante. (Programas monitorización redes, 2019)

#### **b) TweetDeck**

Es un programador de Twitter básico y sencillo, pero muy interesante para aquellos que comienzan a monitorizar. En Tweetdeck la pantalla se presenta como un Dashboard, donde puedes seleccionar las cinco columnas que más utilices para tener la información que necesites en tu pantalla". (Programas monitorización redes, 2019)

#### **c) Khoros**

Es una buena herramienta. Esta potente aplicación te permite diseñar campañas relevantes, contenido para inspirar confianza y conversaciones en tiempo real.

Es un sistema podrá medir la influencia según el engagement en Twitter, lo que te permitirá saber lo que la gente piensa sobre tu marca. Entre otras muchas funciones puedes ajustar tus publicaciones de acuerdo a los intereses de tu público objetivo, atraerlo y supervisar y medir las actividades sociales. (Programas monitorización redes, 2019)

#### **d) TweetReach**

Es la solución ideal para poder medir el alcance que tienen tus tuits. Su efectividad se basa en la medición del impacto real y las posibles interacciones de las conversaciones de las redes sociales.

Con TweetReach podrás conocer quiénes son los seguidores con más influencia y así poder dirigirte hacia la mejor audiencia para compartir y promocionar contenido. Entre sus funciones destacan los sencillos análisis, publicaciones y monitoreo en tiempo real. (Programas monitorización redes, 2019)

#### **e) Hootsuite**

Una de sus principales ventajas es que cubre múltiples plataformas como pueden ser Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn YouTube o Pinterest.

El tablero personalizable te permite seleccionar lo que quieres ver en tiempo real sobre tus publicaciones. Los informes son de gran utilidad, te aportan completos análisis semanales y mejoran tu día a día, facilita la delegación de tareas y el envío de mensajes privados. Cuando hay más de una persona manejando las redes sociales, su uso se vuelve imprescindible. (Programas monitorización redes, 2019)

#### **f) Brandwatch**

Una herramienta de monitorización en redes sociales de gran potencia. Su principal característica es la sencillez e intuición. Además, te permite la conexión personalizada para varios empleados.

Las principales funciones son: estrategia de contenido, análisis de la competencia, marketing con influencers y gestión de crisis. (Programas monitorización redes, 2019)

Las herramientas principales de esta aplicación son: Analytics para obtener métricas de las conversaciones online, Vizia para poder ver los datos y Audiencias para obtener una visión más amplia de tu audiencia, (Programas monitorización redes, 2019)

Pero su herramienta más interesante, siempre a mi parecer, es su Calculadora de Social Maturity. Con rellenar un simple formulario, examina tu progreso, te da una

visión completa, analiza tus fortalezas y debilidades y te da algunas recomendaciones.

Te recomiendo que la pruebes. (Programas monitorización redes, 2019)

#### **g) Sprout Social**

Esta herramienta de monitorización viene equipada con una bandeja de entrada común para los perfiles de la empresa. Sprout Social genera informes que puedes personalizar, y aplicar tareas a los integrantes del equipo y programar tus publicaciones en redes sociales.

Los datos te los aporta en forma de estadísticas y te aporta una completa analítica de ubicaciones, datos demográficos, dispositivos, incluso de palabras clave.

(Programas monitorización redes, 2019)

#### **h) BuzzSumo**

Es una herramienta decisiva para conocer el contenido publicado. Podrás analizar tanto la métrica de tus artículos o publicaciones. Es una aplicación muy efectiva para analizar y monitorear tus páginas de Facebook. (Programas monitorización redes, 2019)

Con esta se sabrás cuál es el mejor día para publicar, la duración exacta de tus publicaciones, así como los contenidos con mejor índice de interacción. La sección de estadísticas es muy completa en datos y mediciones mensuales. (Programas monitorización redes, 2019)

#### **i) Awario**

Con esta aplicación, además de monitorizar, puedes medir la reputación online. Awario te ofrece las métricas en tiempo real, y sigue las menciones tanto de tu marca como de la competencia que quieras analizar. Las redes sociales que analiza son Facebook, Twitter y YouTube. También te daba las métricas de Google. La herramienta "Sentiment Analysis" que mide las menciones, tanto positivas como negativas de la marca, es de gran utilidad". (Programas monitorización redes, 2019)



## **Desarrollo de la propuesta**

### ***Estrategias establecidas para el manejo de las redes sociales***

En este caso se requiere de un mejoramiento de la estrategia como propuesta alternativa.

#### **➤ Estrategia propuesta**

- a) Estrategia 1.-** Emplear el uso de redes sociales cumpliendo los parámetros establecidos de seguridad en las diferentes redes sociales para la difusión de información de interés institucional tanto a auditorios internos como externos que contribuya a la imagen institucional.
- b) Estrategia 2.-** Definir un plan de capacitación para el adecuado uso de las redes sociales, procurando evitar situaciones que ponga en riesgo las operaciones militares, así como la seguridad del personal.
- c) Estrategia 3.-** Establecer requerimientos para mejorar el manejo e impacto de las redes sociales su control y medición en las operaciones militares.

### ***Actividades para el manejo de las redes sociales (propuesta)***

#### **a) Estrategia 1**

- Desarrollar un instructivo para el uso de las redes sociales.
- Difundir el instructivo para el uso de las redes sociales al personal de comunicaciones de las unidades del Ejército.
- Verificar el cumplimiento del instructivo de uso de las redes sociales.

#### **b) Estrategia 2**

- Realización de un plan de capacitación para el uso de las redes sociales.
- Socialización del plan de capacitación para el uso de las redes sociales.
- Evaluación de la capacitación realizada para el uso de las redes sociales.

**c) Estrategia 3.-**

- Establecer requerimientos para el mejoramiento del manejo de las redes sociales
- Establecer software para el control y medición de las redes sociales.

***Instructivo para el uso de las redes sociales del Ejército Ecuatoriano que contribuya a las operaciones militares de ámbito interno***

**INSTRUCTIVO PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL EJERCITO  
ECUATORIANO**

**A. REFERENCIAS**

- Planificación Estratégica Institucional propuesta – 2019-2022.
- Ley Orgánica de Comunicación.
- Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información.
- Código Integral Penal.
- Código de Ética Profesional del Periodista.
- Reglamento de Disciplina Militar art. 35 literal (a), art. 36 literales (a y b)

**B. ANTECEDENTES**

La intervención de Directivos de Comunicación Social y Operativos de las unidades del Ejército contribuirá a un desarrollo efectivo de la implementación de las Acciones Estratégicas y Actividades para un efectivo manejo de las redes sociales

El Plan de capacitación impulsara el buen uso de las redes sociales lo cual cumplirá los siguientes objetivos:

- Contribuir a través de la capacitación el conocimiento sobre las acciones estratégicas y actividades para el manejo adecuado de las redes sociales.
- Contribuir a la implementación y control mediante indicadores para realizar acciones correctivas y una toma de decisiones efectiva.

Para poner en ejecución determinados eventos de capacitación se contará con la colaboración del personal Directivos y Operativos de Comunicación Social así como el personal de las diferentes unidades militares.

### **C. FINALIDAD**

Implementar las acciones estratégicas y actividades que permita el uso adecuado de las redes sociales y a la vez la contribución de los objetivos institucionales del Ejército.

### **D. OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Implementar las acciones estratégicas y actividades para el uso de las redes sociales, mediante un plan de capacitación, con el fin de establecer responsabilidades al personal Directivos y operativo en las diferentes unidades del Ejército.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Determinar disposiciones generales para la implementación y control de las acciones estratégicas y actividades planteadas.
- b) Establecer la aplicación de indicadores para la evaluación de los resultados y acciones correctivas.
- c) Fortalecer la capacitación al personal Directivo y Operativos de Comunicación Social de las Unidades militares sobre el manejo adecuado de las redes sociales a través de normas y monitoreo de las redes.
- d) Dar a conocer al personal de las unidades militares el manejo adecuado de las redes sociales, a través de las áreas de Comunicación Social.

## **E. DISPOSICIONES**

### **1. DISPOSICIONES PARTICULARES**

#### **a) Directivos y administrativos**

- Disponer al personal administrativo el control de la asistencia a la capacitación.
- Asistir a la capacitación conforme al plan de capacitación socializado.

#### **b) Comunicación Social (CGE)**

- Planificación de la capacitación.
- Comunicar al personal.
- Elaborar el informe de capacitación.

#### **c) Personal de las áreas de Comunicación Social de las unidades militares**

- Participar en los eventos de capacitación de acuerdo a los horarios establecidos.
- Contribuir con la implementación a través de la capacitación al personal correspondiente de cada unidad.

#### **d) Personal operativo de las unidades militares**

- Participar en los eventos de capacitación establecidos en cada unidad
- Contribuir al manejo adecuado de las redes sociales.

### **2. DISPOSICIONES GENERALES**

- El presente instructivo operacionaliza las acciones estratégicas y actividades para el uso efectivo de las redes sociales en base al plan de capacitación, el mismo que se encontrará en vigencia a partir de la fecha de aprobación.
- Se encuentran autorizadas coordinaciones a todo nivel.
- Los gastos requeridos para el cumplimiento de las actividades se realizaran considerando el presupuesto anual vigente.

- Los eventos deberán realizar en base al horario establecido por cada unidad.
- La responsabilidad de la capacitación realizada estará a cargo del área de Comunicación Social.
- Las áreas de Comunicación Social conjuntamente con el área de Tecnología de la Información y Comunicación efectuarán el control y monitoreo de las redes sociales considerando los siguientes aspectos:
  - o Revisión de perfil considerando la imagen institucional.
  - o La retroalimentación que provoca la institución.
  - o Comentarios que generemos en la red negativos.
  - o Revisión del desgaste de la imagen institucional.

### ***Cuadro de requerimientos - redes sociales***

#### **a) Requerimientos para la capacitación**

- Aula de reuniones.
- Pantalla para proyección.
- Portátil.
- Retroproyector
- Pizarra

#### **b) Requerimientos para el control de las redes**

- Software para el control y monitoreo de las redes.
- Computador.
- Internet.

### ***Normas de seguridad para el manejo de las redes sociales***

1. Proteger la información institucional sin enviar datos privados como su dirección, teléfono, correos, trayectorias de rutina diaria, entre otras.

2. Depurar su lista de contactos periódicamente para evitar el monitoreo de la cuenta institucional.
3. Evitar la comunicación con personas desconocidas a la institución que pueden ser cibercriminales, para invitar encuentros que podrían ocasionar robos, secuestros o para obtener información institucional.
4. Cerrar la sección de las redes sociales, para evitar que se la interfieran.
5. Desactivar la geolocalización automática, para que no rastreen sus movimientos.
6. Evitar los envíos de cadenas ya que los ciberdelincuentes pueden usar las cadenas para enviar mensajes engañosos e instalar softwares como malware, robar los datos privados o identidad, secuestrar el dispositivo.
7. Hacer un buen uso de las contraseñas. no emplear la misma para las redes sociales y el correo, cambiar estas periódicamente.

***Indicadores para la evaluación de acciones estratégicas***

**Tabla 13**

Estrategia 1

INDICADOR	FORMULA
Cumplimiento en el instructivo para el manejo de las redes sociales	$\frac{\text{Cantidad de unidades socializadas} * 100\%}{\text{Total de unidades}}$

*Nota.* Indicador de estrategia 1.

**Tabla 14***Estrategia 2*

*Nota.* Indicador de estrategia 2.

<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	<b>FÓRMULA</b>
Cumplimiento en el plan de capacitación para uso de las redes sociales	$\frac{\text{Cantidad personal que asistió a la capacitación} * 100\%}{\text{Total de personal designado}}$

**Tabla 15***Estrategia 3*

<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	<b>FORMULA</b>
Cumplimiento en el presupuesto designado para el control y monitoreo de las redes sociales	$\frac{\text{Presupuesto ejecutado para el control y monitoreo} * 100\%}{\text{Presupuesto planificado para el control y monitoreo}}$

*Nota.* Indicador de estrategia 3.

***Plan de capacitación para el uso de las redes sociales***

El plan de capacitación para la implementación se desarrollara a partir del mes de enero del 2021 en la cual participaron Directivos y Operativos de cada una de las unidades del Ejército.

**Tabla 16**

Plan de capacitación

<b>ORD</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>FECHAS</b>
<b>01</b>	Socialización de la Planificación de propuestas	Jefe de Comunicación Social	• 07 – enero - 2021
<b>02</b>	Dar a conocer los contenidos del instructivo para uso de las redes sociales	Personal designado para dictar la capacitación	• 14– enero– 2021
<b>03</b>	Resolver dudas de la aplicación del instructivo	Personal designado para dictar la capacitación	• 16 – enero – 2021
<b>04</b>	Evaluación de la aplicación del instructivo	Personal designado para dictar la capacitación	• 18 –enero – 2021

*Nota.* Plan de capacitación propuesto.



## Validación de la propuesta (FODA)

### Matriz de resumen FODA

**Tabla 17**

Matriz FODA

ANÁLISIS – INTERNO	ANÁLISIS - EXTERNO
Fortalezas	Oportunidades
El Ejército posee redes sociales en Facebook es Instagram.	Existen sistema para el control y monitores de las redes sociales.
El Ejército posee normativas internas generales donde pueden ser incluidas otras relaciones con el manejo de las redes sociales.	La imagen institucional adquirida.
El personal ya se encuentra familiarizado con las normas emitidas por el Ejército.	Empleo de nuevas tecnologías en el manejo adecuado de las redes sociales.
Existe personal responsable de Comunicación Social en todas las unidades.	

ANÁLISIS – INTERNO	ANÁLISIS - EXTERNO
Debilidades	Amenazas
<p>No existe un instructivo y plan de capacitación para el manejo adecuado de las redes sociales para los usuarios internos del Ejército.</p>	<p>Existen jakers que pueden atentar contra la seguridad o distorsión de la información</p>
<p>Mejor análisis de la información que se comparte en las redes sociales ocasionando que esto perjudique las operaciones militares de seguridad interna en momentos de gran conmoción en el país.</p>	<p>Cada vez más las seguridades informáticas se hacen más necesarias en el mundo globalizado.</p>
<p>No existen normas de seguridad para el manejo de las redes sociales.</p>	<p>Obtención de información institucional en base a software que permita la filtración de datos.</p>
<p>Ausencia de recursos para el control y monitoreo de las redes sociales.</p>	

*Nota.* Matriz FODA.

**Matriz de ponderación – oportunidades****Tabla 18**

Oportunidades

Oportunidades	Alto	Medio	Bajo
Existen sistema para el control y monitores de las redes sociales.	x		X
La imagen institucional adquirida.	X		
Empleo de nuevas tecnologías que el manejo adecuado de las redes sociales.	X		

*Nota* Matriz de ponderación – oportunidades.

**Matriz de ponderación – amenazas****Table 19**

Amenazas

Amenazas	Alto	Medio	Bajo
Existen jakers que pueden atentar contra la seguridad o distorsión de la información.	X		
Cada vez más las seguridades informáticas se hacen más necesarias en el mundo globalizado.	X		
Obtención de información institucional en base a software que permita la filtración de datos.	X		

*Nota.* Matriz de ponderación – amenazas.

**Matriz de ponderación – fortalezas****Tabla 20**

Fortalezas

<b>Fortalezas</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
El Ejército posee redes sociales en Facebook e Instagram.	X		
El Ejército posee normativas internas generales donde pueden ser incluidas otras relacionadas con el manejo de las redes sociales.		X	
El personal ya se encuentra familiarizado con las normas emitidas por el Ejército.		X	
Existe personal responsable de Comunicación Social en todas las unidades.	X		

*Nota.* Matriz de ponderación – fortalezas.

**Matriz de ponderación – debilidades****Tabla 21**

Debilidades

<b>Debilidades</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
No existe un instructivo y plan de capacitación para el manejo adecuado de las redes sociales para los usuarios internos del Ejército.	X		
Mejor análisis de la información que se comparte en las redes sociales ocasionando que esto perjudique las operaciones militares de seguridad interna en momentos de gran conmoción en el país.		X	
No existen normas de seguridad para el manejo de las redes sociales.	X		
Ausencia de recursos para el control y monitoreo de las redes sociales.	X		

*Nota.* Matriz de ponderación – debilidades.

### Matriz de vulnerabilidad

Con el análisis anterior se efectuó la matriz de vulnerabilidad

**Tabla 22**

Matriz de Vulnerabilidad – (debilidades y amenazas)

AMENAZAS  DEBILIDADES	A1: Existen jakers que pueden atentar contra la seguridad o distorsión de la información.	A2: Cada vez más las seguridades informáticas se hacen más necesarias en el mundo globalizado.	A3: Obtención de información institucional en base a software que permitan la filtración de datos.	TOTAL
<b>D1:</b> No existe un instructivo y plan de capacitación para el manejo adecuado de las redes sociales para los usuarios internos del Ejército.	3	5	3	11
<b>D2:</b> Mejor análisis de la información que se comparte en las redes sociales ocasionando que esto perjudique las operaciones militares de seguridad interna en momentos de gran conmoción en el país	3	5	5	13
<b>D3:</b> No existen normas de seguridad para el manejo de las redes sociales.	5	5	3	13
<b>D4:</b> Ausencia de recursos para el control y monitoreo de las redes sociales.	3	5	5	13
<b>TOTAL</b>	14	20	16	50

Nota. Matriz de vulnerabilidad.

### PONDERACIÓN

**ALTO = 5**

**MEDIO = 3**

**BAJP = 1**

Tabla 23

Matriz de Vulnerabilidad – (fortalezas y oportunidades)

	<b>O1:</b> Existen sistema para el control y monitores de las redes sociales.	<b>O2:</b> La imagen institucional adquirida.	<b>O3:</b> Empleo de nuevas tecnologías que el manejo adecuado de las redes sociales.	<b>TOTAL</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>				
<b>FORTALEZA</b>				
<b>F1:</b> El Ejército posee redes sociales en Facebook es Instagram	5	3	3	11
<b>F2:</b> El Ejército posee normativas internas generales donde pueden ser incluidas otras relacionadas con el manejo de las redes sociales.	3	1	3	7
<b>F3:</b> El personal ya se encuentra familiarizado con las normas emitidas por el Ejército.	1	1	3	5
<b>F4:</b> Existe personal responsable de Comunicación Social en todas las unidades.	3	1	3	7
<b>TOTAL</b>	12	6	12	46

*Nota:* Matriz de vulnerabilidad.

### PONDERACIÓN

**ALTO** = 5

**MEDIO** = 3

**BAJO** = 1

***Análisis del manejo de las redes sociales y su influencia en las operaciones militares de ámbito interno***

Luego de realizado el análisis FODA se determinó que si bien el Ejército cuenta con las redes sociales en Facebook e Instagram donde se publican las diferentes actividades que se desarrollan, la información en casos de gran conmoción requieren ser más analizada antes de ser publicada, así como es necesario que exista un instructivo para el manejo adecuado de las redes sociales, donde se explique las normas de seguridad para el uso de las redes sociales.

Además se estableció que es necesario que la institución realice un control y monitoreo de las redes sociales y su influencia en la comunidad sea esta positiva o negativa, así como determinar si existen amenazas de jakers que puedan influir en la distorsión de la información.

Se estableció que es necesario una capacitación para un manejo adecuado de las redes dando se dan a conocer normas de seguridad importantes para su manejo y evitar la fuga de información o amenazas que puedan influir negativamente en las operaciones militares de ámbito interno.



## Capítulo IV

### Conclusiones y recomendaciones

#### Conclusiones

- Se determinó que en algunas ocasiones el mal manejo de las redes sociales puede ocasionar problemas en las operaciones militares de ámbito interno, debido a que puede existir alguna distorsión de la información.
- Es necesario establecer normas de seguridad para un manejo adecuado de las redes que pueda ser empleada por el personal del Ejército.
- Se estableció que la entidad carece de recursos para el monitoreo y control adecuado de las redes sociales especialmente de un software.
- La capacitación al personal es parte fundamental para el manejo adecuada de las redes sociales de tal forma que estas no contribuyan a ocasionar problemas en las operaciones militares, ni distorsionen en la información.
- La imagen institucional con un manejo adecuado de las redes sociales contribuirá a mantener una buena relación con la sociedad ecuatoriana.

## Recomendaciones

- Se recomienda implementar el instructivo para el manejo adecuado de las redes sociales a través del plan de capacitación propuesto de tal forma de obtener resultados que contribuyan a las operaciones militares de ámbito interno.
- Se debe medir mediante los indicadores el porcentaje alcanzado de las estrategias implementadas para determinar acciones correctivas que permitan mejorar el manejo de las redes sociales del Ejército.
- Es necesario realizar un monitoreo y control continuo de las redes sociales con el fin de identificar mediante un software si existe jakeo de información, distorsión de información que ocasionen problemas en las operaciones militares de ámbito interno.
- Capacitar al personal militar sobre el manejo adecuado de las redes sociales de cada unidad de tal forma de contribuir a las operaciones militares de ámbito interno, así como a la imagen institucional.
- Es necesario poner en ejecución las normas de seguridad propuestas de tal forma de guiar a todo el personal militar a emplear de forma correcta las redes sociales institucionales de tal forma de fortalecer la imagen institucional.

## Bibliografía

- Baena. (1985). *Definición de investigación documental*:. Obtenido de <https://investigacioncientifica.org/que-es-la-investigacion-documental-definicion-y-objetivos/>
- Comercio, E. (Oct de 2019). *Actualidad*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/pages/especial-paro-indigena-octubre-decreto.html>
- Conacyt. (s.f.). *Método estadísticos básicos*. Obtenido de <https://www.cimat.mx/es/node/798>
- Creativa, S. (2015). *La Importancia De Una Buena Imagen Corporativa*. Obtenido de <https://www.staffcreativa.pe/blog/la-importancia-de-una-buena-imagen-corporativa/>
- Ecuador. (2008). *La Constitución Política de la Republica* .
- Ecuador. (2009). *Ley de Seguridad Publican y del Estado y su Reglamento* .
- Ecuador. (2019). *Ley Orgánica de Comunicaciones* .
- ecuatoriano, E. (2009). *Ley de Seguridad Publica y del Estado*.
- Ecuatoriano, E. (2017). El Ejercito Nacional.
- ECUATORIANO, E. (2017-2021). OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO.
- Enrique Fojón Chamorro. (22 de 10 de 2014). *Las redes sociales y sus riesgos para las Fuerzas Armadas*. Obtenido de <https://www.elmundo.es/tecnologia/2014/10/22/5447427cca474150258b456c.html>

*Imagen corporativa.* (2020). Obtenido de Qué es la Imagen Corporativa y para qué sirve: <https://neoattack.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/>

Lifeder. (2002). *Investigación de campo: características, diseño, técnicas.* Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/>

Pizarro, N. (5 de 09 de 2015). *El papel de las redes sociales en las instituciones públicas.* Obtenido de <https://blog.ida.cl/marketing-digital/redes-sociales-en-las-instituciones-publicas/>

*Progrmas monitorización redes.* (08 de 2019). Obtenido de <https://www.nestorgp.com/10-herramientas-monitorizacion-redes-sociales/>

*Redes sociales.* (2019). Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

Russell, J. (22 de 06 de 2017). *5 Riesgos de seguridad en redes sociales y cómo evitarlos.* Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/riesgos-de-seguridad-en-redes-s>

TERRESTRE, F. (2017-2021). OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL EJÉRCITO ECUATORIANO.

TERRESTRE, F. (2018). ESTATUTO ORGÁNICO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL POR PROCESOS.

Terrestre, F. (2018). *Propuesta de actualización del Manual de Empleo en las Operaciones en el ámbito interno.*

Terrestre, F. (2019). Nuevo Plan Estratégico Institucional. Quito.

Constitución Política de la República del Ecuador 2008.

Ley de Seguridad Pública y del Estado y su reglamento (2009).

Ley Orgánica de Comunicaciones (2019).