



**PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL ECUADOR**

SEDE ESMERALDAS

UNIDAD DE POSTGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA

Tema:

**EL USO DE LAS TIC'S COMO MEDIO DE DIFUSIÓN EN LAS
INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR
(CASO DE ESTUDIO PUCESE 2013)**

**Tesis de grado previo a la obtención del título de Maestría en
Tecnologías para la Gestión y Práctica Docente**

Línea de Investigación: LENGUAJE Y COMUNICACIÓN

Autora:

CRISTINA MARMOLEJO CUEVA

Asesor:

ING. Msc XAVIER QUIÑONEZ Q.

Esmeraldas – Ecuador

Diciembre 2014

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS**

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

**EL USO DE LAS TIC'S COMO MEDIO DE DIFUSIÓN EN LAS
INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CASO DE ESTUDIO PUCESE
2013)**

Autora:

CRISTINA MARMOLEJO CUEVA

Xavier Quiñónez Q. Mgt.
DIRECTOR DE TESIS

f. _____

David Rodríguez P. Mgt.
LECTOR 1

f. _____

Cesar Godoy R. Mgt.
LECTOR 2

f. _____

Carlos Rivera Bone Mgt.
LECTOR 3

f. _____

Mercedes Sarrade Mgt
DIRECTORA UNIDAD POSTGRADO
Y FORMACIÓN CONTINUA

f. _____

Maritza Demera Ing.
SECRETARIA GENERAL PUCESE

f. _____

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, CRISTINA MARMOLEJO CUEVA portador de la cédula de ciudadanía No.0802247734 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Maestría en Tecnologías para la Gestión y Práctica Docente son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Cristina Marmolejo Cueva

C.I. 0802247734

CERTIFICACIÓN

Yo PABLO PICO VALENCIA, en calidad de Director de Tesis, cuyo título es **EL USO DE LAS TIC'S COMO MEDIO DE DIFUSIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CASO DE ESTUDIO PUCESE 2013)**.

Certifico que las sugerencias realizadas por el Tribunal de Sustentación Privada de Tesis, han sido incorporadas al documento final, por lo que autorizo su presentación ante el Tribunal de la Tesis.

Xavier Quiñónez Q. Mgt.

DIRECTOR DE TESIS

AGRADECIMIENTO

A mis compañeros de Maestría, por enseñarme dos grandes lecciones durante el proceso: Todo sacrificio vale la pena y que mi gente de Esmeraldas es perseverante, valiente, alegre e inteligente.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

I. CAPITULO I: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES.....	1
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
1.2.1 Comunicación y Comunicología	7
1.2.2 Medios de Comunicación	12
1.2.3 Comunicación Institucional	13
1.2.4 Gestión de la Información	14
1.2.5 Sociedad del Conocimiento	16
1.2.6 Tecnología de la Información y la Comunicación TIC	18
1.2.7 Las TIC en la gestión de la información de las IES	19
1.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	20

II. CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODOS METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN	23
2.2 OBJETIVOS	24

2.2.1	Objetivo General	
2.2.2	Objetivos Específicos	
2.3	VARIABLES E INDICADORES	25
2.4	MATRÍZ RELACIONAL	26
2.5	POBLACIÓN DE ESTUDIO	27
2.6	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	29
III.	CAPÍTULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	
3.1	HIPÓTESIS	30
3.2	ENTREVISTA ESTRUCTURADA	31
3.3	ANÁLISIS CUANTITATIVO	34
3.4	DISCUSIÓN	54
3.5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
3.5.1	CONCLUSIONES	
3.5.2	RECOMENDACIONES	
IV.	CAPITULO IV: PROPUESTA	
4.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA	59
4.2	JUSTIFICACIÓN	59
4.3	FUNDAMENTACIÓN	60

4.4 OBJETIVO	64
4.5 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA	64
4.6 FACTIBILIDAD (TÉCNICA, ADMINISTRATIVA, FINANCIERA)	65
4.7 VIABILIDAD ACADÉMICA	66
4.8 PLAN DE TRABAJO	66
4.8.1 Acuerdos	68
4.8.2 Desarrollo Del Modelo Del Sistema De Información	68
4.8.3 Estrategias de Difusión para la PUCESE	77
4.9 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA	81
4.9.1 ANÁLISIS DEL CORREO ELECTRÓNICO PUCESE	81
4.9.2 ANÁLISIS DE FACEBOOK PUCESE	83
4.9.3 ANÁLISIS DE TWITTER PUCESE	87
4.10 INSTRUCTIVO DE FUNCIONAMIENTO	89
4.11 IMPACTOS	90
REFERENCIAS	95

LISTA DE TABLAS

Tabla 2.1: Variables e Indicadores sobre el uso de las TIC como medio de difusión en las IES.....	25
Tabla 2.2: Matriz Relacional para el Diagnostico de Medios de Comunicación Institucional de la IES	26
Tabla 2.3: Población de estudio en la PUCESE (período abril-septiembre 2013	27
Tabla 3.1: Distribución de la Población para Diagnóstico de Medios de Difusión	35
Tabla 3.2: Relevancia del tipo de información universitaria.....	37
Tabla 3.3: Medios físicos utilizados para difundir información universitaria....	38
Tabla 3.4: Medios digitales utilizados para difundir información universitaria..	40
Tabla 3.5: Preferencia en la percepción de los medios de difusión universitarios	41
Tabla 3.6: Herramienta tecnológica habitual para obtener información de las actividades universitarias.....	42
Tabla 3.7: Frecuencia de uso del correo electrónico institucional.....	43
Tabla 3.8: Frecuencia de uso del correo electrónico personal.....	44
Tabla 3.9: Dispositivo electrónico más usado para acceder a información universitaria.....	45
Tabla 3.10: Redes sociales más usadas por la población universitaria.....	46
Tabla 3.11: Medio de acceso a internet dentro de la universidad.....	48
Tabla 3.12: Medio de acceso a internet fuera de la universidad.....	49
Tabla 3.13: Frecuencia de uso del servicio de internet	50

Tabla 3.14: Comparación de uso, difusión y percepción entre medios físicos y digitales	51
Tabla 3.15: Medios digitales más utilizados en las IES.....	52
Tabla 4.1: Plan de Trabajo para propuesta alternativa.....	65
Tabla 4.2: Softwares para gestión de Redes Sociales más conocidos.....	72
Tabla 4.3: Costo de Difusión Medios Físicos PUCESE	79
Tabla 4.4: Resumen de entrada y salida de correos electrónicos	81
Tabla 4.5: Ratio de following/followers del Twitter	87

LISTA DE FIGURAS Y GRÁFICOS

Figura 2.1: Acciones para la difusión	24
Gráfico 1.1: Niveles y dimensiones en la Comunicología.....	10
Gráfico 3.1: Distribución de la Población.....	36
Gráfico 3.2: Tipos de Información universitaria.....	37
Gráfico 3.3: Medios de difusión físicos más utilizados.....	39
Gráfico 3.4: Medios de difusión digitales más utilizados.....	40
Gráfico 3.5: Preferencia en la percepción de medios de difusión Universitarios	41
Gráfico 3.6: Herramientas habituales para acceder información universitaria..	42
Gráfico 3.7: Uso del correo electrónico proporcionado por la universidad.....	43
Gráfico 3.8: Uso del correo electrónico personal.....	44
Gráfico 3.9: Dispositivo electrónico más usado.....	45
Gráfico 3.10: Redes sociales más utilizadas.....	47

Gráfico 3.11: Medio de acceso a internet dentro de la universidad.....	48
Gráfico 3.12: Medio de acceso a internet fuera de la universidad.....	49
Gráfico 3.13: Frecuencia de Uso del internet.....	50
Gráfico 3.14: Uso y Percepción de medios físicos y digitales en las IES.....	51
Gráfico 3.15: Medios digitales más utilizados en las IES.....	52
Gráfico 4.1 Esquema sobre los elementos de gestión para Difusión.....	68
Gráfico 4.1.1 Diseño Sistema de Gestión para difusión de información universitaria	69
Gráfico 4.1.2 Distribución de los Medios de Difusión según la Naturaleza de la información	71
Gráfico 4.2 Resumen de entrada y salida de correos electrónicos de la dirección de escuela de Diseño Gráfico de la PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de diciembre.....	81
Gráfico 4.3 Total de “Me gusta” de la página del Facebook PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014.....	82
Gráfico 4.4 Rendimiento de los distintos tipos de publicación basado en el alcance promedio y la itinerancia del Facebook PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014	83
Gráfico 4.5 Alcance de la publicación a partir del número de personas que la vieron del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014.....	84
Gráfico 4.6 Validación de los “Me gusta”	85
Gráfico 4.7 Generalidades TWITTER PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014.....	86
Gráfico 4.8 Interacciones en la cuenta de Twitter oficial de la PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014.....	87

LISTA DE ANEXOS

Anexo # 1: Entrevista estructurada Departamento de TIC PUCESE.....	96
Anexo # 2: Entrevista estructurada Dpto.de Relaciones Públicas PUCESE....	97
Anexo # 3: Solicitud de autorización para Dpto. Rela. Públicas y Dpto. TIC....	99
Anexo # 4: Autorización para implementación del sistema.....	100
Anexo #5: Tutorial básico Hootsuite PUCESE	101
Anexo #6: Tutorial sobre Respuestas Automáticas.....	106
Anexo #7: Encuesta población universitaria.....	107
Anexo #8: Presupuesto de operación e inversión PUCESE.....	114

RESUMEN

EL USO DE LAS TIC'S COMO MEDIO DE DIFUSIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CASO DE ESTUDIO PUCESE 2013).

Las Instituciones de Educación Superior están creando constantemente información relevante para la comunidad universitaria y la sociedad en general. Sin embargo, cuando la información a difundirse no pasa por un proceso de gestión, se generan deficiencias en la recepción de la misma. Ésta problemática dio lugar al estudio sobre el uso de las TIC como una alternativa de difusión para la información institucional de la PUCESE durante el período septiembre 2013 – Febrero 2014. El método general utilizado en la investigación fue el deductivo y las técnicas de recolección de datos fueron la entrevista estructurada y la encuesta, dirigido a los jefes departamentales así como a la población universitaria respectivamente. Después de analizar los resultados del diagnóstico se determinó que los receptores percibían mejor la información institucional a través de los medios digitales, ocupando el primer lugar el correo electrónico, luego el Facebook y finalmente el Twitter. Se establecieron algunas estrategias de gestión relacionadas con los responsables, canales y tipos y pertinencia de la información. De igual manera se implantó que el sistema de gestión funcionaría en dos ámbitos: el correo electrónico como medio de difusión específico y las redes sociales a través de un sistema de gestión denominado Hootsuite. Posteriormente el estudio determinó que el sistema funciona si se aplican sistemáticamente las estrategias de difusión. Éste resultado se validó por medio

de un análisis de cada medio de difusión, aunque el incremento de los receptores no fue considerable.

ABSTRAC

TIC'S USE AS A MEANS OF DISSEMINATION IN THE INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION (STUDY CASE PUCESE 2013).

Higher Education Institutions are constantly creating information relevant to the university community and society in general. However, when the information disseminated bypasses a management process, gaps are generated in receiving it. This problem led to the study of the use of ICT diffusion as an alternative for institutional information PUCESE during the period September 2013 - February 2014. The general method used in the research was the deductive and techniques of data collection were structured interview and survey, aimed at department heads as well as the university population respectively. After analyzing the results of the diagnosis was determined that the best receivers perceived institutional information through digital media, ranking first email, then Facebook and Twitter finally. Some management strategies related to responsible, channels and types and relevance of information were established. Similarly implanted the management system would work in two areas: e- mail as a specific broadcast and social networks through a management system called Hootsuite. Subsequently, the study found that the system works if the dissemination strategies are consistently applied. This result was validated by an analysis of each media outlet, although the increase was not significant recipients.

INTRODUCCIÓN

La temática investigativa denominada “EL USO DE LAS TIC COMO MEDIO DE DIFUSIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CASO DE ESTUDIO PUCESE 2013)”, se fundamenta en varios artículos de la constitución ecuatoriana, siendo más relevante el Art. 81, que especifica sobre el derecho al libre acceso y gestión (entendida como búsqueda, recepción y difusión) de fuentes de información.

Las Instituciones de Educación Superior (IES) generan información relevante, precisamente por la naturaleza académica de las mismas. Las actividades inherentes al quehacer educativo en distintos niveles, (especialmente a nivel universitario), originan datos que trascienden de la condición informativa al conocimiento, por lo tanto, los mecanismos de difusión deberían cumplir de manera eficiente con las expectativas de los receptores o destinatarios, de tal manera que el alcance, validez y pertinencia sean garantizados.

El problema de difusión inadecuada de información institucional en la PUCESE, provoca desinformación y deficiencias en la claridad del mensaje a divulgar.

El crecimiento de las IES, incrementa la complejidad tanto en la gestión como en la difusión de la información, dando lugar a problemas de comunicación. Entre las causas están: el alto flujo de información, deficiencia en los canales de difusión, caducidad de los datos, ambigüedad en los procesos de gestión de la comunicación, desconocimiento de otro tipo de medios de comunicación, entre otros. En este punto, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), juegan un importante papel como alternativa a los factores anteriormente planteados.

Esta investigación pretende resolver la problemática de difusión de información institucional de la PUCESE a través de estrategias de comunicación efectiva, soportadas por las TIC durante el período septiembre 2013 – Febrero 2014.

(Ossa, 2011) afirma que existe la posibilidad de acceso permanente a información, por medio de un sistema comunicacional basado en TIC. Consecuentemente, el sistema mejora los canales de comunicación de las diversas áreas o departamentos que conforman a la IES.

Este trabajo tiene por objetivo Implementar a las TIC como medio de difusión en las instituciones de educación superior, aplicado en la PUCESE como caso de estudio. Está estructurado en cuatro capítulos; el primero comprende los

antecedentes, la fundamentación teórica y legal en que se apoya la investigación. El segundo capítulo hace referencia a desarrollo metodológico seguido en la investigación, estableciendo la población de estudio, métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos. El tercer capítulo está constituido por el análisis e interpretación de los datos obtenidos, de cuyos resultados se provienen las conclusiones y recomendaciones. Finalmente el Capítulo cuatro da lugar al planteamiento de la propuesta para solucionar la problemática a resolverse en la investigación.

I CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES

Las Instituciones de Educación Superior (IES) son estructuras organizadas de formación profesional en diversas áreas del conocimiento. En el proceso de formación se genera un volumen relativo de información que atañe a distintos ámbitos tales como: académico, social, cultural y comunitario. La información es un elemento fundamental que indica el estado, alcance e impacto de las acciones universitarias en la sociedad, por lo tanto, debe ser gestionada para cumplir con el propósito de informar.

La Universidad no puede dejar de comunicar, consigo misma y con el exterior, y que esa comunicación se desarrolla no sólo mediante ciertas palabras y símbolos (sus acciones intencionales de comunicación), sino también mediante sus comportamientos y muchos otros elementos que constituyen su realidad cotidiana. Y es que la comunicación recorre transversalmente y de manera continua, aunque adoptando diversas formas, la vida universitaria. De aquí que se haya terminado reconociendo la importancia, para el debido desarrollo de la Universidad, de concebir y orientar correctamente sus actuaciones comunicativas. (De Aguilera, Faría, & Baraybar, 2010)

Gestionar la información universitaria es una necesidad general, debido a que todas las IES sin discriminar su categorización, infraestructura o cantidad de entes que la conforman, requieren de mecanismos de difusión asociados al desenvolvimiento universitario, así como su incidencia en la sociedad. El

manejo de la comunicación universitaria trasciende la acción de difusión, por involucrar una serie de procesos, donde emisores, canales y receptores satisfagan la necesidad de comunicación a través de la claridad, pertinencia, vigencia, eficacia, retroalimentación y al mismo tiempo, tener coherencia con la visión de la institución en su contexto.

Un claro ejemplo sobre la gestión de la información a través de las tecnologías, tuvo lugar en España, en un estudio que literalmente expresa:

La universidad Rey Juan Carlos ha iniciado (...) diversas actividades que podemos definir como propias de una comunicación corporativa 2.0, tan necesaria para la institución académica. Entre ellas encontramos el canal Youtube, participación en la Wikipedia, canal RSS de noticias, microblogging para seminarios, formación en la web social en cursos específicos, pantallas táctiles interactivas. (San Millán, Blanco, & del Arco, 2008)

Esto significa que ya se han llevado a cabo experiencias de comunicación universitaria a través del uso de las TIC, gracias a la utilización de distintas plataformas tecnológicas vinculadas al tipo de información a difundir (noticias, formación, seminarios, etc.), tal como expresa el estudio realizado por la Universidad Rey Juan Carlos. Este enfoque de comunicación corporativa 2.0 (o nuevo modelo de comunicación apoyado por herramientas tecnológicas), constituye un significativo aporte para la presente investigación, puesto que

muestra una estructura válida y coherente con la realidad de las IES del Ecuador, incluida la PUCESE, ya que en primera instancia se establece la imagen institucional (identidad corporativa), así como las características y beneficios que oferta, para posteriormente difundir las acciones que realiza la universidad, utilizando como medio a las herramientas tecnológicas vigentes.

México es uno de los casos a nivel latinoamericano, cuyas propuestas investigativas sirven de referente, tal como manifiesta (Encampira, 2013), en un artículo sobre la incorporación y uso de las TIC en las IES, publicado en la revista digital de la Universidad Pedagógica Nacional. Dicho artículo afirma que existen varios estudios en la región (tanto cuantitativos y cualitativos) sobre la aplicación de las TIC en la universidades; pero están enfocados desde diferentes perspectivas, que parten del usuario y su aplicación pedagógica. Sin embargo el autor señala que inicialmente las TIC se integraron a las IES como medio de información y apoyo administrativo, antes que pedagógico. Desde ese punto de vista, la aplicación “no pedagógica” que dan las universidades a las tecnologías de la información y la comunicación se denomina como “Uso de Difusión de Información y Cultura”, cuyas aplicaciones son: Información de interés general, enlaces permanentes tanto a bases bibliográficas como documentales, biblioteca virtual propia, trámites administrativos, convocatorias y registro de ingreso, entre otros.

La contribución del estudio anteriormente citado es fundamental para el desarrollo del presente proyecto, por el hecho de conocer el origen del uso y aplicación de las TIC en las universidades latinoamericanas. Los diversos enfoques que aporta dicho estudio, proveen la información necesaria y sustancial para el desarrollo de este estudio.

Otro caso latinoamericano del uso de las TIC en las IES fue desarrollado en Colombia. Se expuso a través del informe denominado “Diseño y puesta en marcha de un sistema de comunicación interna, mediante el uso de las TIC en la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango”. Este contribuye con varias conclusiones, siendo una de las más relevantes para esta investigación la siguiente:

A través del diseño y puesta en marcha de un sistema de comunicación interna con la utilización de Tecnologías de Información y Comunicación (...), se pone de manifiesto que el acceso a la información es permanente, (...) lo que permite su acceso desde cualquier lugar. Así mismo, mejorarán los canales de comunicación entre los diferentes departamentos o áreas con los que cuenta la institución. (Ossa, 2011)

Se puede afirmar entonces, en base a los antecedentes sobre los casos estudiados en diferentes contextos, pero con similares necesidades que el aporte de las TIC como modelo comunicacional está vigente, y su importancia radica en la posibilidad de gestionar grandes volúmenes de datos. Sin embargo,

se debe tener una clara percepción con respecto al aporte de las tecnologías de la información y la comunicación, puesto que, se puede sobredimensionar la potencialidad de las herramientas y aplicaciones tecnológicas como la base de la comunicación, cuando en realidad la esencia del proceso comunicativo institucional está en las estrategias aplicadas.

El nuevo enfoque en las estrategias de comunicación interna y externa en la organizaciones universitarias (...) con la idea de compartir y gestionar el conocimiento a través de la participación e implicación de los usuarios, hace prioritaria la identificación de tecnologías, herramientas y aplicaciones que puedan integrarse en los distintos canales de difusión existentes. (Celaya & Herrera, 2007).

Esta nueva perspectiva enfocada en las estrategias comunicacionales ha dado lugar a estudios posteriores, tal como expresan (San Millán, Blanco, & del Arco, 2008).

Por otro lado, (Fernández, 2007) afirma en su hipótesis que el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, involucran la renovación en el entendimiento de comunicación institucional interna, por la directa implicación de los procesos de gestión que la constituyen en ámbitos culturales y corporativos. La comunicación externa también presenta el mismo fenómeno, por el hecho de componerse por los nuevos canales denominados como “relación con”, incluyendo a los públicos internos.

Los nuevos paradigmas de comunicación son una realidad en los distintos ámbitos de la sociedad moderna. Las universidades, desde la perspectiva institucional, deben integrarse a los modelos comunicacionales actuales a través de las herramientas que las tecnologías aportan, sin perder de vista a unos de los propósitos, como es, la difusión de la actividad universitaria, que concierne no solo a los actores internos, sino externos de la organización.

Los antecedentes del uso de las TIC, develan la realidad de ésta nuevas herramientas y su aporte, tanto para las IES como para las instituciones en general, pese a ello, para llegar a la aplicación es necesario sentar las bases a través de la planificación, diagnóstico y estrategias para determinar los mecanismos vigentes y coherentes a cada realidad. Es así, que la presente investigación aporta con la aplicación de las TIC como medio de difusión interno y externo de las actividades desarrolladas en la PUCESE, como institución de educación superior.

1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El proceso de comunicación y sus componentes han sido objeto de estudios desde diversas perspectivas y niveles de rigurosidad. El papel que aportan las TIC en diversos ámbitos de naturaleza distinta es indudablemente importante, pero no fundamental, debido a que la tecnología a pesar de su crecimiento vertiginoso, constituye (en sí misma), solo el medio, significando entonces, que representa a uno de los componentes del proceso de comunicación. La dinámica comunicacional requiere de bases claramente definidas que parten de los fundamentos teóricos hasta la relación de dichos componentes con el propósito de difundir información orientada a las instituciones de educación superior. Posteriormente, las teorías presentadas en este apartado constituyen parte de los postulados que sustentaron la investigación.

1.2.1 Comunicación y Comunicología

El ser humano, por su naturaleza social, tiene la necesidad de comunicarse. (Rizo, 2007) va más allá de esa concepción y hace una reflexión extensa acerca de **la comunicación como interacción** y obtiene por definición general que el mecanismo activador del diálogo y la convivencia entre sujetos sociales para la construcción de una vida en sociedad requiere del proceso básico de comunicación. Éste componente regula y posibilita la interacción entre las personas. También hace referencia sobre el aporte de las Escuelas del Interaccionismo

Simbólico y el análisis de la interacción entre el individuo y el mundo como parte de procesos dinámicos que de estructuras estáticas. Consecuentemente, considera a la interacción como base de la comunicación.

Enmarcando dichos argumentos al contexto tecnológico, (concretamente al Internet), expresa que existe un cambio denominado como la sociedad de la comunicación, dando lugar a comunidades de comunicación independientes, que al mismo tiempo procesan la información, comunican e interactúan de una manera estructurada que no hace diferenciaciones.

El crecimiento y alcance de los procesos de comunicación apoyados por las nuevas tecnologías, dan lugar a formas de interacción globalizadas, siendo ilimitadas las piezas que constituyen al sistema comunicacional.

Esta definición es coherente con el planteamiento del objetivo propuesto, debido a la trascendencia con respecto a la concepción básica de emisor, medio y receptor, a través de otros componentes, tales como la interacción multilateral de la información, que a la larga, es a lo que se quiere llegar con la propuesta. Por lo tanto, para el desarrollo de las estrategias de difusión para la IES (caso específico de la PUCESE), se

considerará a la postura de (Rizo, 2007) de interacción como base de la comunicación.

Por otro lado, **la Comunicología** está definida de la manera más concreta según el real diccionario de la lengua española como la ciencia de carácter interdisciplinario que estudia los sistemas de comunicación humana y sus medios. Se admite a primera vista esta definición, debido a la relación directa con el propósito de esta investigación, y a pesar de que la comunicología es una ciencia enmarcada en ideologías que han dado lugar a estudios más profundos, se considera pertinente para establecer los sistemas de comunicación vigentes en las IES y el aporte de las TIC como medio de difusión.

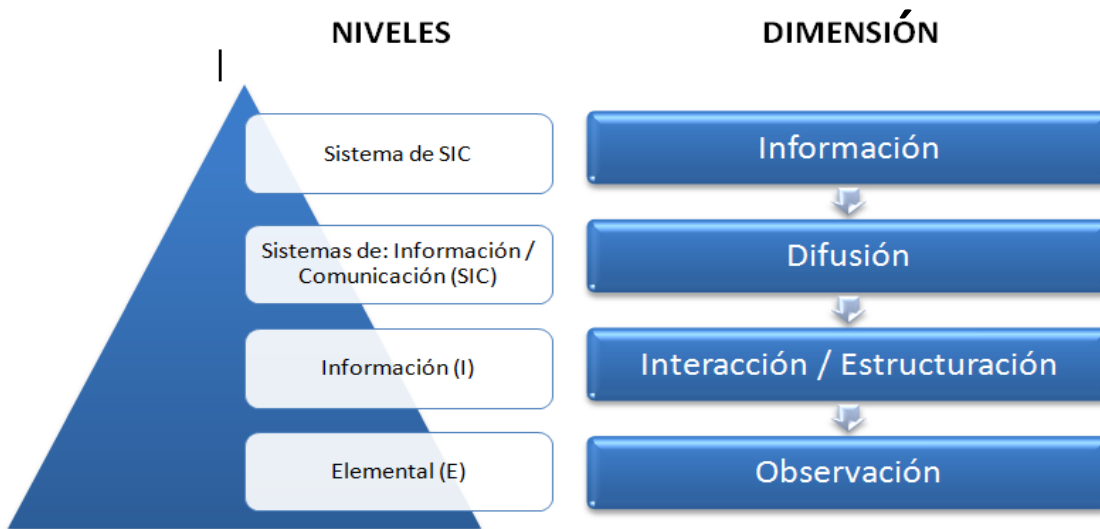
(Aguirre, 2010) Hace un análisis y síntesis de varios estudios acerca de las diversas corrientes y tendencias que dieron lugar a la comunicología, finalmente converge en las categorías de Información y Comunicación, teniendo cuatro niveles de organización:

- a) Nivel elemental
- b) Nivel de la información
- c) Nivel del sistema de información y del sistema de comunicación
- d) y Nivel del sistema de sistemas de información y comunicación.

Posteriormente, aclara que cada nivel posee una dimensión, definidas jerárquicamente y que describen a la primera dimensión como la **Información** por su propia configuración. Esta dimensión establece esencialmente a la expresión. La segunda dimensión corresponde a la **Difusión**, entendida como parte de sistemas de información. La Tercera dimensión es la **Interacción**, que debido a su carácter bidireccional dentro de un sistema de comunicación, da lugar a otra dimensión denominada **Estructuración**. Posteriormente aparece la **Observación**. Es importante aclarar que dichas dimensiones pueden percibirse como más de cinco, dependiendo de la perspectiva de cada investigador.

El gráfico 1.1 representa a los niveles y sus dimensiones:

Gráfico 1.1: Niveles y dimensiones en la Comunicología



Fuente: (Aguirre, 2010)
Elaborado por: Cristina Marmolejo

El proceso de comunicación actual, dista mucho de los modelos aplicados inicialmente, en donde el esquema de comunicación básico, compuesto por emisor, medio y receptor era suficiente para satisfacer las necesidades de intercambio de información de un conglomerado casi homogéneo, producto de las características propias de la zona en que se desarrollaba. Con la aparición de las herramientas tecnológicas y el aporte de la Internet, las personas obtuvieron el poder de acceso a gran cantidad de datos a nivel mundial en un lapso de tiempo relativamente corto. Es por esto, que se hace necesario aplicar la comunicología, como soporte del proceso de comunicación, desde la perspectiva de los sistemas de gestión, para interactuar con información previamente procesada, que garantice la claridad, así como la asimilación de un mensaje destinado para un grupo específico, aunque con características heterogéneas.

Es fundamental definir con claridad los conceptos de comunicación y comunicología, puesto que de ello depende establecer los elementos que intervendrán tanto en el proceso de comunicación, como en los medios para su procesamiento y difusión, enmarcados en la visión de las instituciones de educación superior. Cabe destacar que el aporte de las distintas corrientes de pensamiento, así como el análisis de cada autor es importante porque las teorías permanecen constantes y dan solidez al desarrollo de ideas posteriores; pero, la visión del investigador y su

experiencia proporciona las teorías que constituyen la plataforma de estudio para cada fenómeno en particular. Se puede resumir entonces que la Comunicación desde la representación de (Rizo, 2007), establece la manera de interactuar con información que posteriormente será conocimiento, y que al complementarse con la definición de comunicología, que determina los sistemas y medios para llevar a cabo el intercambio de la información, sentando bases sólidas para cumplir con la finalidad de difusión.

1.2.2 Medios de Comunicación

En un estudio realizado por (Bretones, 2008) sobre los Medios de Comunicación de Masas (*desarrollo y tipos*), enuncia a uno de los autores clásicos en la investigación sobre los medios de comunicación, Raymond Williams, quien establece una diferenciación de los medios desde la perspectiva del uso; dando lugar a dos corrientes: la primera, denominada como los "*usos sociales efectivos*" y la segunda como los "*usos técnicos potenciales*". Además define como medios de masas a los que se utilizan para la comunicación de masas (*prensa, radio, cine y televisión*). Cabe indicar que estos conceptos en la actualidad aun tienen vigencia y se siguen aplicando; sin embargo, la forma de procesar y transmitir la información ha sufrido cambios, gracias al aporte de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. El hecho de establecer tanto los usos sociales efectivos, así como los técnicos

potenciales, constituye la base para la aplicación de las TIC como medio de difusión en las IES. Es importante resaltar que, tanto las definiciones, como las clasificaciones sobre los medios de comunicación dependen mucho del contexto en el que se analicen, esto significa que para el propósito del presente trabajo es necesario tratarlo desde la óptica de las nuevas tecnologías y la relación que tienen en la gestión de la información universitaria.

1.2.3 Comunicación Institucional

(Gómez, 2007) Manifiesta que en las instituciones, la comunicación juega un papel vital, y por lo tanto no debe perder su validez por la falta de claridad en la concepción integral de las ideas, ni desvirtuarse por la decodificación de las mismas. El autor afirma que la comunicación empresarial o institucional recibe diferentes acepciones tales como: comunicación organizacional, empresarial, institucional, organizativa y corporativa. Denominaciones que poseen propiedades o características comunes y aunque existan diferencias de forma, a la larga describen el mismo fenómeno.

Dependiendo del impacto y alcance de la información para la organización, la concepción de comunicación organizacional varía, así como los componentes que dan lugar a las acciones para la gestión de la misma.

(Freire & Brunet, 2010) Explican en un artículo sobre Políticas y Prácticas para la Construcción de una Universidad Digital que la cultura digital está transfigurando radicalmente los modelos organizativos en diversos ámbitos tales como los sociales, educativos, empresariales y en general toda lo que implica la comunicación institucional. Este fenómeno tiene lugar debido a que en la actualidad las organizaciones ya no pueden funcionar como entidades cerradas, más bien, requieren adaptarse a los nuevos modelos comunicacionales que se caracterizan por desarrollarse en un entorno ampliamente colaborativo, en donde las tecnologías son una plataforma de apoyo para el conocimiento abierto y potencian la organización a través de redes. Las instituciones deben establecer como mecanismos de coordinación de una red donde la participación sea integral, compuesta por entes internos y externos, así la producción de conocimiento se genera de forma colaborativa y cuyos alcances se extienden más allá de las propias instituciones que las integren.

1.2.4 Gestión de la Información

Este concepto implica en su significación más básica a la acción de recopilar, procesar, acceder, difundir, almacenar y eliminar información. En este sentido (Cobo, 2006) es claro al afirmar que la información como representación de algo, se puede entender como un bien, que al momento ser digitalizado se transforma, en el caso específico de las

tecnologías digitales. Siendo dicha cualidad de transformación lo que permite que la información pueda ser gestionada por las TIC. El hecho de apoyar todo proceso interactivo, es lo que da el valor a la información. A su vez, ésta se percibe desde dos perspectivas distintas, la primera, conocida como la información sintáctica, que se refiere al volumen de la organización y la segunda, denominada como información semántica, refiriéndose al significado de la misma.

Otro aporte relevante, lo hace (Landa, 2002) al aseverar que la gestión (de la información), se restringe a la organización, separándola de otros aspectos propios de la gestión del conocimiento, como son los recursos humanos y la medición de los activos intangibles. Afirma que la gestión de la información se constituye en la vertiente más importante de la gestión del conocimiento, debido a que comprende todos los procesos y actividades relacionadas a la generación, procesamiento, uso y transformación de los datos, como futuras fuentes de información y posterior conocimiento.

La contribución significativa sobre la gestión de la información expresada por (Rodríguez, 2006) manifiesta que la información por sí sola, no constituye un aporte ni al entendimiento ni a la solución de problemas, en contraparte, aduce que para aprovecharla es necesario identificarla, encontrarla y cotejarla, esto quiere decir, que el volumen y la velocidad

de información gestionada por las TIC no es lo relevante, más bien, el proceso de gestionar los datos por medio de la arquitectura de la información es lo esencial, previo a la difusión de la misma.

1.2.5 Sociedad del Conocimiento

Existen varios criterios al momento de definir a la sociedad del conocimiento. La percepción que sustenta (Árias, 2011) la concibe como los cambios generados a través de las TIC en las áreas tecnológicas y económicas, así como en el ámbito de planificación de la educación y formación, en el ámbito de la organización (gestión de conocimiento) y del trabajo (trabajo de conocimiento).

Complementando la definición anterior, se presenta la siguiente cita que textualmente dice:

Según los intereses académicos, económicos, políticos o culturales, a este concepto se le dota de diferentes sentidos.

Con frecuencia se reduce el concepto de sociedad del conocimiento al de sociedades cuyas economías están basadas en el conocimiento, donde la generación de riqueza descansa sobre todo en el trabajo intelectual de muy alto nivel, que se basa en un aprovechamiento de conocimientos científico-tecnológicos, así como en habilidades y capacidades del personal altamente calificado, más que en el trabajo manual de baja o mediana calificación, típico de las sociedades industriales. (Olivé, 2012).

La sociedad del conocimiento, entonces debe ser entendida como una concepción dinámica, evolutiva y adaptable, que tiene por objeto configurar toda información, que al ser procesada, adquiere validez, dependiendo de los intereses de la comunidad para la cual se desarrolla y cuya difusión es apoyada por medios cada vez más potentes y accesibles, fruto de los avances tecnológicos. De la sociedad del conocimiento se deriva la sociedad de la información, que tiene una orientación específica hacia los datos que posteriormente se convierten en información, y que a largo plazo, después de ser asimilados se convierten en conocimiento.

Se ha considerado, tanto a (Árias, 2011), como a (Olivé, 2012), debido a la claridad, coherencia y puntualidad de sus definiciones, que se adhieren armónicamente con el propósito del presente proyecto, puesto que, es preciso la generación de un cambio en la gestión de la información de la IES por medio de las TIC, que consecuentemente implica un cambio en la forma de asimilar el conocimiento y las formas de interactuar con el mismo, en una sociedad cada vez más globalizada, con estándares de calificación cada vez más altos.

1.2.6 Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC

Existen varias definiciones sobre las TIC. Desde un punto de vista orientado a las funciones de las herramientas tecnológicas, (Rosario, 2005) define a las TIC, como el conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de información, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética. Ellas incluyen la electrónica como tecnología base que soporta el desarrollo de las telecomunicaciones, la informática y la multimedia.

Otra definición que incide en esta investigación es la referida por (Guzman, 2008) quien considera que dicho concepto, tiene su origen gracias a la convergencia de la electrónica, el software y las infraestructuras de telecomunicaciones. Afirma que debido a la asociación de estas tres tecnologías, se concibe el proceso de información, en donde la evolución en las comunicaciones da lugar a nuevos paradigmas, incluyendo al contexto educativo.

Una vez aclaradas las diferentes concepciones sobre las TIC, para esta investigación, se hace necesario aclarar el propósito que tendrá dicha tecnología para la difusión de información institucional, propia de la

gestión tanto administrativa, como académica de una universidad. En pocas palabras, el uso que se dará a las TIC será como medio de difusión de las actividades inherentes a las IES, cuyos receptores objetivos están enfocados básicamente en dos grandes grupos, conformados por entes internos y externos a la institución.

1.2.7 Las TIC en la gestión de la información de las IES

(De Aguilera, Faría, & Baraybar, 2010) Hacen referencia sobre la importancia de entender a la comunicación en la IES como un eje estratégico, debido a la incidencia de la misma en los elementos, estructuras y procesos públicos internos y externos. La adecuada gestión de la información constituye la herramienta para el mejor desarrollo de las relaciones de las IES con el entorno, por el hecho de involucrar a las personas en el desarrollo de la institución, a través del paso de conocimientos, cuidado de la imagen de marca y una proyección corporativa favorable; incluso, significa hacer evidente la responsabilidad social de las instituciones universitarias orientadas hacia el desarrollo de su entorno.

(Léon & Tapia, 2013) afirman que la intención de incorporar las TIC en la gestión y administración educativa significa recabar, organizar y analizar la información generada en las tareas propias de la actividad educativa,

de forma más efectiva, y así evitar la generación de redundancia en los trabajos administrativos, a través de la simplificación de procesos, para un funcionamiento eficaz de la organización.

El uso de las tecnologías se está “cotidianizando”, gracias a la aparición de las redes sociales y otros medios tecnológicos, por lo tanto la universidad como parte vital de la sociedad del conocimiento, debido a la generación de información propia de las actividades institucionales, requiere de sistemas que administren el flujo de información, que concierne a varios ámbitos más allá de lo académico y que son de relevancia para agentes tanto internos y externos a la institución, es por esto que las ideas planteadas por (De Aguilera, Faría, & Baraybar, 2010), como por (Léon & Tapia, 2013), se han tomado como referencia para el desarrollo de este trabajo de investigación.

1.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Como antecedente, es importante conocer que la ley de Telecomunicaciones en el Ecuador regulaba diferentes servicios como la telefonía fija, telefonía móvil, Internet, así como portadores de datos. Las cuatro entidades de regulación, ejecución y control fueron: El Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL),

la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SNT) y la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTEL).

A partir del año 2009, la cartera de estado encargada de la coordinación, asesoría y apoyo del área de telecomunicaciones es el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, que busca garantizar el acceso equitativo a dichos servicios con la finalidad de cumplir con la política del buen vivir a través de las TIC.

Por otro lado, la constitución ecuatoriana expedida en el año 2008 de forma específica establece en el tema de la Comunicación e Información; ubicado en la sección tercera; dentro del Art.16 y numeral 2; que todo ente, ya sea individual o colectivamente posee el derecho de accesibilidad a las TIC. Mientras que en el Título VII de la misma ley, en el Art. 347, inciso 8; hace alusión al Régimen del Buen Vivir y el compromiso del Estado ecuatoriano en incorporar dentro del proceso educativo a las TIC; así como una simbiosis entre la enseñanza, las actividades productivas y/o sociales. Las políticas públicas de las TIC, enmarcadas en la constitución, sustentan las bases regulatorias fundamentadas en tres artículos. En el caso del Art. 23, numeral 9, sobre el derecho a la libertad de opinión, expresión y pensamiento a través de cualquier medio de comunicación. Es así que en el mismo artículo, numeral 10, se habla sobre el derecho a la comunicación y por ende a la creación de medios de comunicación social sin distinción alguna. El Art. 81 define el derecho de

acceso a fuentes de información, así como la gestión de la misma (búsqueda, recepción, acceso y difusión).

Finalmente, la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador expresa claramente en el Título I, sobre las disposiciones preliminares y definiciones; que en lo concerniente al contenido comunicacional, la información de redes sociales no están reguladas por la misma.

II CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODOS METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

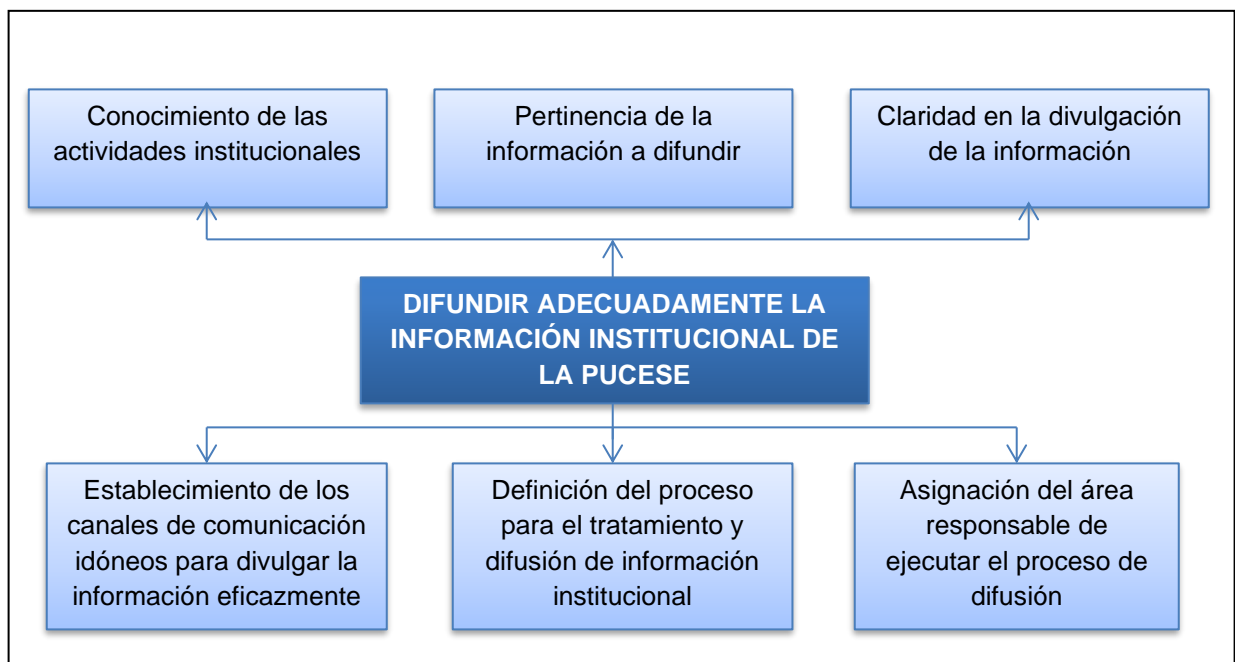
El paradigma aplicado para esta investigación fue cuantitativo, por la necesidad de determinar la cantidad del flujo, procesos de gestión y medios de distribución de información institucional generados. De igual manera, se trabajó con el modelo cualitativo para establecer la percepción de la población investigada respecto al modelo comunicacional, así como la calidad de información, siendo el caso de estudio la PUCESE.

Desde la perspectiva de los métodos generales de Investigación, se trabajó con el método deductivo porque ya existían referencias de casos similares, descritos anteriormente en el marco teórico, sobre la contribución de las TIC como herramienta de comunicación institucional, aportando soluciones a partir del fenómeno en el contexto del caso específico de estudio. Esencialmente el marco teórico se fundamenta por un lado, en la naturaleza transversal del proceso comunicacional, la contextualización de las soluciones tecnológicas como medios de comunicación, tanto en la realidad europea como latinoamericana.

2.2 OBJETIVOS

En la etapa preliminar, correspondiente al plan de la investigación, se elaboró el árbol de problemas que originó posteriormente el planteamiento de los objetivos presentados en la figura 2.1:

Figura 2.1: Acciones para la difusión adecuada de información Institucional en la PUCESE



Autor: Cristina Marmolejo

2.2.1 Objetivo General: Utilizar las TIC como medio de difusión en las Instituciones de Educación Superior (caso de estudio PUCESE 2013)

2.2.2 Objetivos Específicos:

- O.E.1 Fundamentar teórica y científicamente sobre los medios de difusión institucional y las TIC
- O.E.2 Diagnosticar los medios de comunicación institucional utilizados en la actualidad por la PUCESE
- O.E.3 Diseñar estrategias de difusión institucional en base a las TIC

2.3 VARIABLES E INDICADORES

Al establecer como objetivo general el uso de las TIC como medio de difusión institucional en la PUCESE, se determinaron las variables con sus respectivos indicadores. Se consideró a la “Difusión” como la variable dependiente y las “TIC” como la variable independiente, dicha información se plasma en la tabla 2.1:

Tabla 2.1: Variables e Indicadores sobre el uso de las TIC Como medio de difusión en las IES

VARIABLES	INDICADORES
DIFUSIÓN EN LA PUCESE	<ul style="list-style-type: none">- Origen de la información- Gestión de la Información- Tipo de Información- Medio de Difusión- Destino de Información
USO DE TIC	<ul style="list-style-type: none">- Accesibilidad- Hardware- Software- Redes- Dispositivos Electrónicos- Nivel de uso de TIC

Autor: Cristina Marmolejo

2.4 MATRIZ RELACIONAL (MR)

Como punto de partida de este trabajo, fue necesario establecer la MR, que está estructurada por el objetivo del diagnóstico, las variables, los indicadores, las técnicas y las fuentes de información, así como detalla la tabla 2.2:

Tabla 2.2: Matriz Relacional para el Diagnostico de Medios de Comunicación Institucional de la IES.

OBJETIVOS DIAGNÓSTICO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar los medios de difusión de información institucional utilizados en la IES	Difusión en la PUCESE	- Origen / Información	- Entrevista	- Dpto. Rel. Públicas
		- Gestión / Información	- Entrevista	- Dpto. Rel. Públicas
		- Tipo de Información	- Encuesta	- Población de estudio*
		- Medio de Difusión	- Encuesta	- Población de estudio*
		- Destino de Información	- Entrevista	- Dpto. Rel. Publicas
Uso de las TIC como medio de difusión en las IES	Uso de TIC	- Accesibilidad	- Encuesta	- Población de estudio*
		- Hardware	- Entrevista y Observación	- Dpto. Sistemas
		- Software	- Entrevista y Observación	- Dpto. Sistemas
		- Redes	- Entrevista	- Dpto. Sistemas
		- Dispositivos Electrónicos	- Encuesta	- Población de estudio*
		- Nivel de uso de TIC	- Encuesta	- Población de estudio*

* La Población de Estudio (ver apartado 2.5)

Autor: Cristina Marmolejo

Por medio de la matriz se establecieron cuatro técnicas fundamentales para la recogida sistemática de los datos: Observación, Entrevista y Encuesta (ver anexo 1, 2 y 3). Así como las fuentes de información primaria: Departamento de Relaciones Públicas, Departamento de Sistemas y la Población de Estudio, la misma que se detalla en el siguiente apartado.

2.5 POBLACIÓN DE ESTUDIO

Considerando a quienes tienen la necesidad de interacción constante con la información de una IES, se estableció que la población de estudio está compuesta por: Administrativos, Docentes, Estudiantes y Trabajadores, siendo en el caso concreto de la investigación, la PUCESE, durante el período de abril-septiembre 2013. El total de la población y su distribución se detalla a continuación en la tabla 2.3:

Tabla 2.3: Población de estudio en la PUCESE (período abril-septiembre 2013)

POBLACIÓN	TIPO	CANTIDAD
Estudiantes:	Nivelación	211
	Pregrado	1465
	Posgrado	138
Docentes	Tiempo Completo	80
	Medio Tiempo	30
	Tiempo Parcial	30
Administrativos		71
Trabajadores		73
Total:		2098

Fuente: Dpto. Talento HUmano PUCESE 2013

Para éste fenómeno, el universo a investigar es finito, es decir que se conoce el valor de la población, correspondiente y teniendo como referencia al muestreo aleatorio simple, se determinó que la fórmula coherente para éste estudio es la descrita a continuación:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

Dónde:

- N = Total de la población
- Z = 1.96 al cuadrado
- p = proporción esperada
- q = 1-p
- d = precisión

Proceso:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(n-1) \cdot E^2 + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

$$n = \frac{2.098 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{((2.098-1) \cdot 0,04^2 + (0,5^2 \cdot 1,96^2))}$$

$$n = \frac{2.098 \cdot 0,25 \cdot 3,84}{((2.097) \cdot 0,0016 + (0,25 \cdot 3,84))}$$

$$n = \frac{2.014,08}{(3,35 + (0,96))}$$

$$n = \frac{2.014,08}{(4,31)}$$

$$n = 467$$

n=467 personas para aplicar la encuesta

2.6 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

La PUCESE, como parte del Sistema Nacional Universitario de la PUCE, acoge las mismas Políticas de Comunicación, (ver anexo 4). En esencia buscan diseñar estrategias de divulgación a través de los medios adecuados, cuya característica se basa en el dinamismo y versatilidad coherentes con la evolución de la institución. Éstas políticas se estructuran en cuatro Principios Generales, siete Políticas Generales, cuatro Estrategias de Comunicación y doce Acciones Comunicacionales.

Por otro lado, el Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas de la PUCESE, cuenta con un reglamento (ver anexo 5) estructurado en diez capítulos concernientes a: la Naturaleza del Reglamento, Misión y Visión, de los Principios y Valores, de los Objetivos, las Políticas, la Organización, de la Jefa o Jefe, de la Auxiliar, del Nivel de Apoyo y del Funcionamiento.

CAPITULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

3.1 HIPÓTESIS:

La aplicación de un sistema de comunicaciones unificadas como medio de difusión, es una alternativa viable e innovadora para informar institucionalmente a los miembros de las Instituciones de Educación Superior, específicamente la PUCESE

3.2 ANÁLISIS CUALITATIVO:

3.2.1 Entrevista Estructurada (Departamento de TIC)

En la entrevista realizada (ver anexo # 1), al jefe departamental del área de Sistemas (actualmente departamento de TIC) de la PUCESE, se obtuvieron los siguientes datos:

3.2.1.1 Hardware

- El número de Computadores de la universidad con servicio de internet es de 250
- No existen otros dispositivos electrónicos institucionales

3.2.1.2 Software

- La universidad posee un sitio web, provisto de blogs, descarga de documentos PDF, videos, aula virtual pero carece de foros y chats
- No existen aplicaciones destinadas para dispositivos electrónicos sobre la universidad

- Todo el personal de la institución posee una cuenta de correo institucional
- Los estudiantes poseen una cuenta de correo institucional

3.2.1.3 Redes

- La universidad posee redes de tipo locales (LAN) y globales (WAN)
- Existe acceso a redes inalámbricas (Wifi)
- Existen redes sociales institucionales (Facebook y Twitter)

3.2.2 Entrevista Estructurada (Departamento de Relaciones Públicas)

Los datos obtenidos en la entrevista realizada a la persona responsable del Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas de la PUCESE, (ver anexo # 2), fueron los siguientes:

3.2.2.1 Origen de la información

- Se considera a la información académica, cultural, deportiva y administrativa como Institucional.
- Las áreas que generan información institucional son: pro-rectorado, secretaría general, dirección académica, direcciones departamentales y direcciones de escuela.

- El Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas es el encargado de la gestión de la información de la universidad.

3.2.2.2 Gestión de la información

- El equipo del Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas en coordinación con el pro-rectorado, es el responsable de gestionar la Información.
- No está definido el proceso de gestión de la Información Institucional, en su lugar posee un plan de medios y el manual de identidad corporativa de la institución.
- Los mecanismos de comunicación para difundir información de interés interno (comunicados, actas, informes, reglamentos, resoluciones, capacitaciones, notificaciones, etc.) son las carteleras fijas, carteleras móviles, pantalla de plasma, correo electrónico, página web y las redes sociales institucionales.
- Los medios utilizados para difundir información institucional son los físicos y los digitales
- La PUCESE cuenta con un reglamento de comunicación institucional, así como las políticas de comunicación de la PUCE.

- Se cuenta con un Plan de Comunicación y el Manual de Identidad Corporativa, aplicado tanto de forma interno como externa

- La universidad cuenta con varias publicaciones impresas: la revista Naanayu, anuario de investigación y desarrollo, boletín informativo, publicaciones de aniversario. La distribución es interna mayoritariamente, y dependiendo de la publicación suele entregarse a colegios, congresos, eventos corporativos.

- No existe un video corporativo, sino un spot

- El boletín informativo es el medio de difusión masiva

3.2.2.3 Destino de la información

- Se consideran como receptores (usuarios) al personal docente, administrativo, estudiantes, trabajadores y ciudadanía en general

- No está definido el proceso para establecer qué tipo de información institucional va destinada a cada receptor

- No se ha determinado técnicamente el medio más utilizado de acuerdo al tipo de receptor(usuario)

3.3 ANÁLISIS CUANTITATIVO.

Diagnóstico sobre los medios de difusión en las IES, aplicado en la PUCESE durante el período abril-septiembre del 2013

Con la finalidad de determinar cuáles son los medios más utilizados para difundir información institucional universitaria y así establecer, tanto los modelos como las estrategias más eficientes en las IES, se realizó un diagnóstico, tomando como técnica de recopilación de datos a la encuesta, implementada de manera digital en la plataforma denominada e-encuestas, (ver anexo#7). El cuestionario estuvo compuesto por 13 preguntas, que valoraban aspecto tales como:

3.3.1 TIPOS DE INFORMACIÓN

- Académica
- Administrativa
- Cultural
- Deportiva
- Otros

3.3.2 TIPOS DE MEDIOS DE DIFUSIÓN

- Físicos
 - Documentos impresos
 - Carteleras
 - Revista universitaria

- Boletín informativo Publicación Anual
 - Publicación Anual
 - Otros
- Digitales
 - Correo electrónico
 - Sitio Web
 - Pantalla TV institucional
 - Redes sociales Institucionales
 - Otros

3.3.3 PERCEPCIÓN DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN

3.3.4 FRECUENCIA DE USO

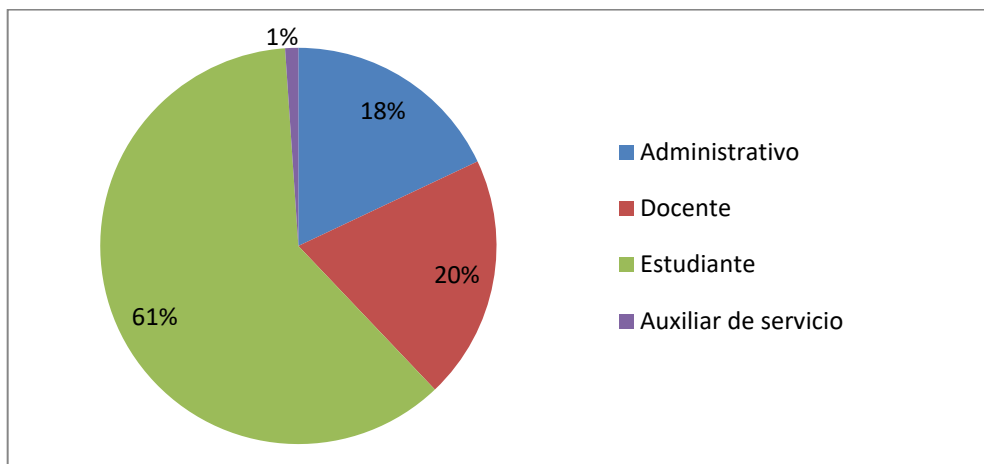
La información obtenida sirve de base para establecer los parámetros orientados a la propuesta planteada. Los resultados específicos se muestran en los siguientes gráficos:

Tabla 3.1 Distribución de la Población para Diagnóstico de Medios de Difusión Universitarios (Pregunta 1. Usted forma parte de la Universidad como:)

Población	Frecuencia	Porcentaje %
Administrativo	84	3%
Docente	93	7%
Estudiante	285	87%
Auxiliar de servicio	5	3%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo
Fuente: Pregunta #1 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.1: Distribución de la Población para Diagnóstico de Medios de Difusión Universitarios (Pregunta 1. Usted forma parte de la Universidad como:)



Realizado por: Cristina Marmolejo
Fuente: Pregunta #1 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 1

Esta primera parte del diagnóstico, revela que la población universitaria está compuesta mayoritariamente por estudiantes (61%), seguido por los docentes (20%). Este dato, a priori, permite disponer la jerarquización al momento de gestionar la información institucional a ser difundida, teniendo como referente a dichos receptores. Significa entonces que se dará prioridad a la información que esté directamente relacionada con las actividades de los estudiantes y los docentes. Sin embargo, es importante aclarar que, este hecho no afecta a la difusión de los otros miembros de la población, más bien deja entrever que el medio en que se aplique, no requiere del atributo de masividad, como en los elementos priorizados, anteriormente mencionados.

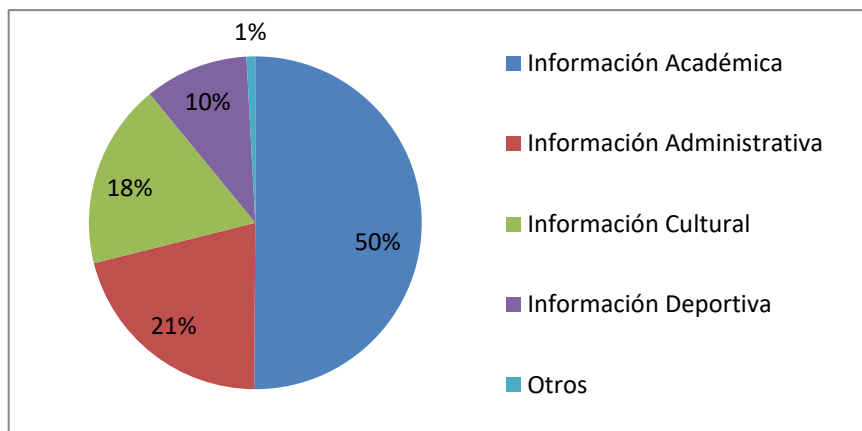
Tabla 3.2: Relevancia del tipo de información universitaria (Pregunta 2. Qué tipo de información es más relevante para Ud. como parte de la universidad?)

Tipo de información	Frecuencia	Porcentaje
Información Académica	234	50%
Información Administrativa	98	21%
Información Cultural	84	18%
Información Deportiva	47	10%
Otros	4	1%
TOTAL	467	100%

Realizad por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #2 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.2: Tipos de Información universitaria (Pregunta 2. Qué tipo de información es más relevante para Ud. como parte de la universidad?)



Realizad por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #2 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 2

De manera general se clasificó a la información en cinco grupos, donde la Información Académica (50%) fue considerada de mayor relevancia, seguida por la Información Administrativa (21%). Dichos resultados tienen relación directa con la distribución de la población, considerando que la misma estaba compuesta en primera instancia por los estudiantes y los docentes. Significa entonces que al momento de seleccionar el tipo de información a ser divulgada, se dará prioridad a los datos académicos y a los datos administrativos.

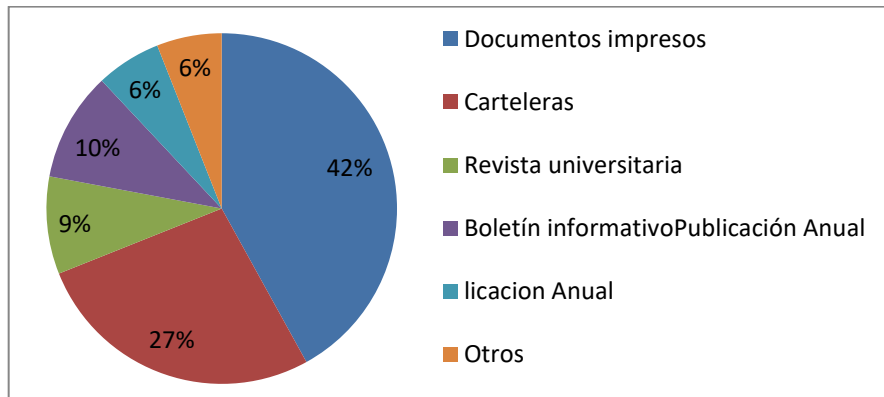
Tabla 3.3 Medios físicos utilizados para difundir información universitaria (Pregunta 3. Cuando Ud. necesita difundir información institucional qué medio físico utiliza?)

Medios Físicos	Frecuencia	Porcentaje
Documentos impresos	196	42%
Carteleras	126	27%
Revista universitaria	42	9%
Boletín informativo Publicación Anual	47	10%
Publicación Anual	28	6%
Otros	28	6%
TOTAL	467	100%

Realizad por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #3 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.3: Medios de difusión físicos más utilizados (Pregunta 3. Cuando Ud. necesita difundir información institucional qué medio físico utiliza?)



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #3 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 3

Los documentos impresos ocupan el primer lugar con un 42%, de los medios físicos de difusión más utilizados en la universidad. El segundo lugar corresponde a las carteleras con el 27%. El aporte de este dato es fundamental, para establecer las estrategias de selección y diseño de las plataformas informáticas, de manera que la percepción de la información difundida sea intuitiva, gracias a la identificación con los medios físicos ya mencionados, en otros términos, conocer la preferencia de medios de difusión físicos, aporta al diseño de la interfaz de los medios de difusión digitales.

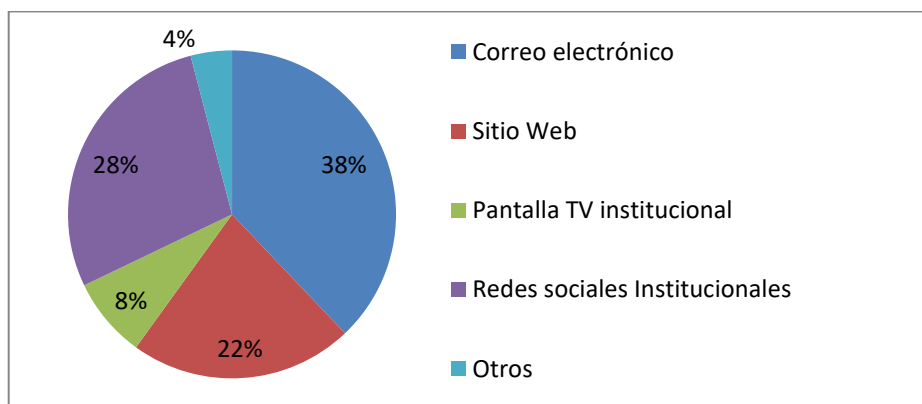
Tabla 3.4 Medios digitales utilizados para difundir información universitaria (Pregunta 4. Cuando Ud. necesita difundir información institucional que medio digital utiliza?)

Medios Digitales	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	177	38%
Sitio Web	103	22%
Pantalla TV institucional	37	8%
Redes sociales Institucionales	131	28%
Otros	19	4%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #4 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.4: Medios de difusión digitales más utilizados (Pregunta 4. Cuando Ud. necesita difundir información institucional que medio digital utiliza?)



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #4 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 4

De acuerdo a este estudio, el correo electrónico (38%), es considerado como el medio de difusión digital más utilizado, seguido por las redes sociales institucionales (28%). Consecuentemente, dichos datos aportan al proceso de

selección de las herramientas TIC que serán aplicadas como medio de difusión, a la vez que revelan deficiencias en otros medios, como por ejemplo el sitio web de la PUCESE, que a pesar de contener los diversos tipos de información (incluidas la académica y la administrativa, consideradas más relevantes), no cuenta con la aceptación de los receptores.

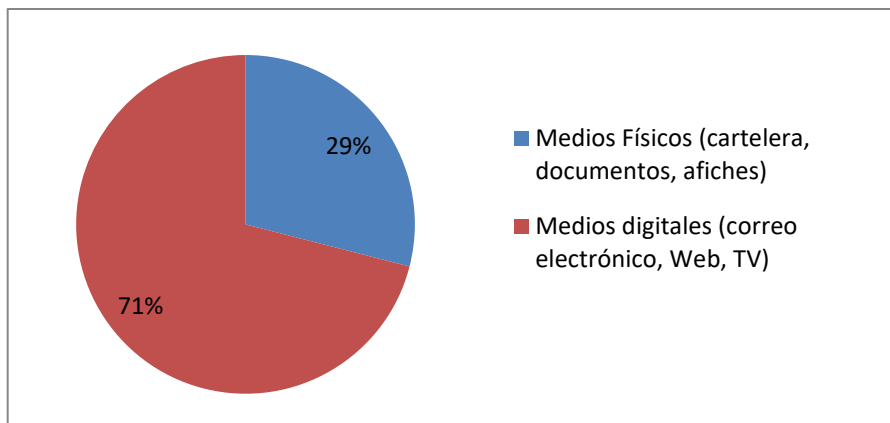
Tabla 3.5 Preferencia en la percepción de los medios de difusión universitarios
(Pregunta 5. A través de qué medios Ud. percibe mejor la información institucional?)

Preferencia	Frecuencia	Porcentaje
Medios Físicos (cartelera, documentos, afiches)	135	29%
Medios digitales (correo electrónico, Web, TV)	332	71%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #5 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.5: Preferencia en la percepción de medios de difusión universitarios
(Pregunta 5. A través de qué medios Ud. percibe mejor la información institucional?)



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #5 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 5

El 71% de la población universitaria percibe a los medios digitales como la mejor manera de difundir información, mientras que el 29% restante dan validez a los medios físicos. Este resultado es la base para el desarrollo de la investigación y evidencia la coherencia de la propuesta planteada, con respecto al uso de las TIC como medio de difusión de información institucional.

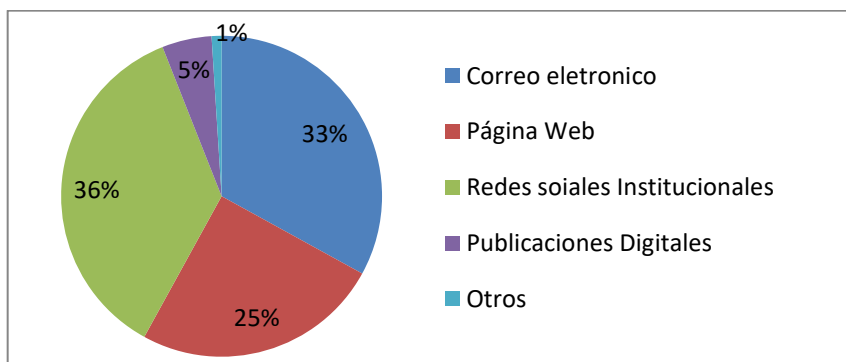
Tabla 3.6 Herramienta tecnológica habitual para obtener información de las actividades universitarias (Pregunta 6. Qué herramienta tecnológica utiliza Ud. habitualmente para obtener información de las actividades universitarias?)

Herramienta	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	154	33%
Página Web	117	25%
Redes sociales Institucionales	168	36%
Publicaciones Digitales	23	5%
Otros	5	1%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #6 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.6: Herramientas habituales para acceder información universitaria (Pregunta 6. Qué herramienta tecnológica utiliza Ud. habitualmente para obtener información de las actividades universitarias?)



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #6 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 6

Las redes sociales institucionales (36%) constituyen el medio más utilizado para obtener información sobre la universidad, mientras que el correo electrónico (33%) es el segundo en cumplir dicho propósito. Si se hace una comparación de los medios más habituales para difundir información con respecto a aquellos utilizados para obtenerla, se confirma que las TIC idóneas para la propuesta son las redes sociales y el correo electrónico, aclarando que la tendencia indica priorizar la redes sociales para acceso y el correo electrónico para difusión.

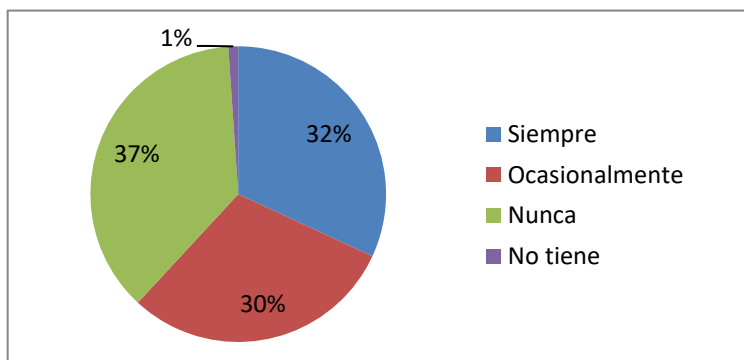
Tabla 3.7 Frecuencia de uso del correo electrónico institucional (Pregunta 7. Con qué frecuencia utiliza la cuenta de correo electrónico proporcionado por la universidad?)

Uso correo electrónico institucional	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	149	32%
Ocasionalmente	140	30%
Nunca	173	37%
No tiene	5	1%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #7 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.7: Uso del correo electrónico proporcionado por la universidad



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #7 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 7

Aunque esta referencia pueda sonar contradictoria, deja entrever, que existen factores que influyen en el uso del correo electrónico institucional, como por ejemplo problemas de conexión, errores técnicos, interfaz poco amigable.

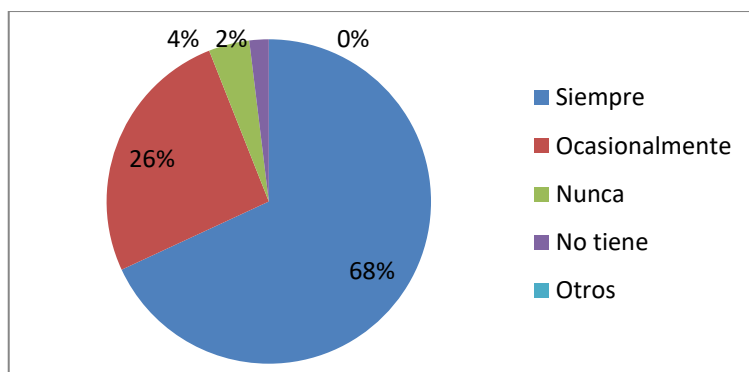
Tabla 3.8 Frecuencia de uso del correo electrónico personal (Pregunta 8. Con qué frecuencia utiliza su cuenta de correo electrónico personal)

Uso correo electrónico personal	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	318	68%
Ocasionalmente	121	26%
Nunca	19	4%
No tiene	9	2%
Otros	0	0%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #8 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCSE 2013)

Gráfico 3.8: Uso del correo electrónico personal (Pregunta 8. Con qué frecuencia utiliza su cuenta de correo electrónico personal)



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #8 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCSE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 8

El 68 % de los investigados siempre utilizan el correo electrónico personal. Al contrastar esta información con respecto al 32% de uso del correo electrónico institucional, se da conocer que los receptores prefieren el correo electrónico personal al institucional. Es importante conocer este dato con la finalidad de establecer estrategias que contribuyan al uso oportuno de dichos medios.

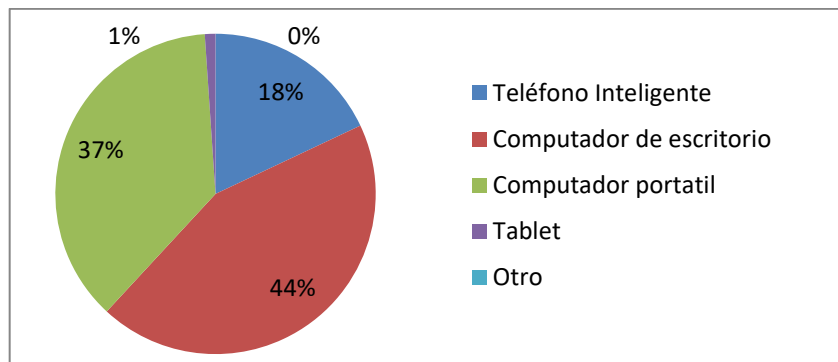
Tabla 3.9 Dispositivo electrónico más usado para acceder a información universitaria (Pregunta 9. Cuál es el dispositivo electrónico que Ud. más utiliza para acceder a información de la universidad?)

Dispositivo Electrónico	Frecuencia	Porcentaje
Teléfono Inteligente	84	18%
Computador de escritorio	205	44%
Computador portátil	173	37%
Tablet	5	1%
Otro	0	0%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #9 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.9: Dispositivo electrónico más usado (Pregunta 9. Cuál es el dispositivo electrónico que Ud. más utiliza para acceder a información de la universidad?)



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #9 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 9

El computador de escritorio (44%), es el dispositivo electrónico más utilizado para acceder a información, seguido por el computador portátil (37%). Este fenómeno puede explicarse debido a que la población permanece en las instalaciones universitarias en períodos regulares de varias horas (considerando el horario laboral, actividades académicas, trámites administrativos, entre otros), significa entonces que el dispositivo con mayor facilidad de acceso es el computador de escritorio, elemento que forma parte de los laboratorios de la institución. Ocurre lo mismo con el computador portátil, no todos los miembros de la población universitaria poseen esta herramienta, hecho demostrado al ocupar el segundo lugar en este apartado.

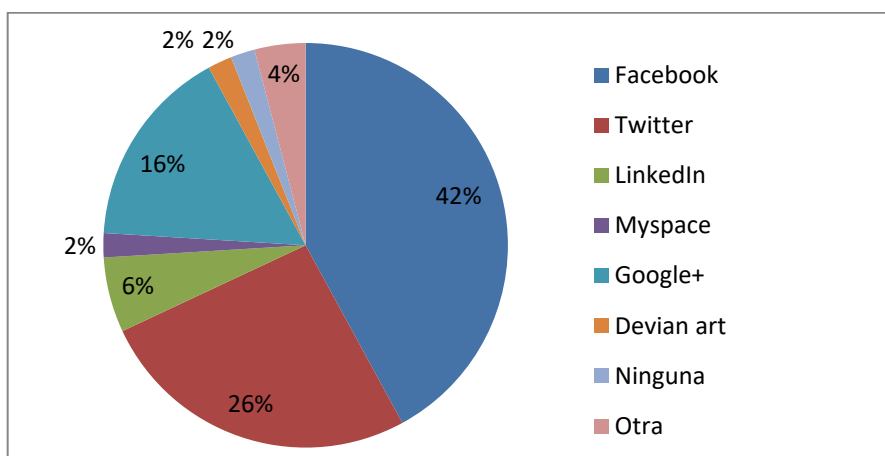
Tabla 3.10 Redes sociales más usadas por la población universitaria (Pregunta 10. De qué red social Ud. es usuario?)

Redes Sociales	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	196	42%
Twitter	121	26%
LinkedIn	28	6%
Myspace	9	2%
Google+	75	16%
Devian art	9	2%
Ninguna	9	2%
Otra	19	4%
TOTAL	466	100%

Realizad por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #10 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.10: Redes sociales más utilizadas (Pregunta 10. De qué red social Ud. es usuario?)



Realizad por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #10 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 10

La red social más utilizada por la población universitaria es el Facebook, con un 42%, y en segundo lugar está el Twitter, con un 26%. Cabe indicar que la PUCESE posee cuentas oficiales en ambas redes sociales y son administradas por el departamento de relaciones públicas de la institución. Es importante aclarar que por la popularidad de la primera red social, los miembros de la población universitaria conocen de la existencia de la misma, pero por otro lado, se desconoce de la existencia de la otra red.

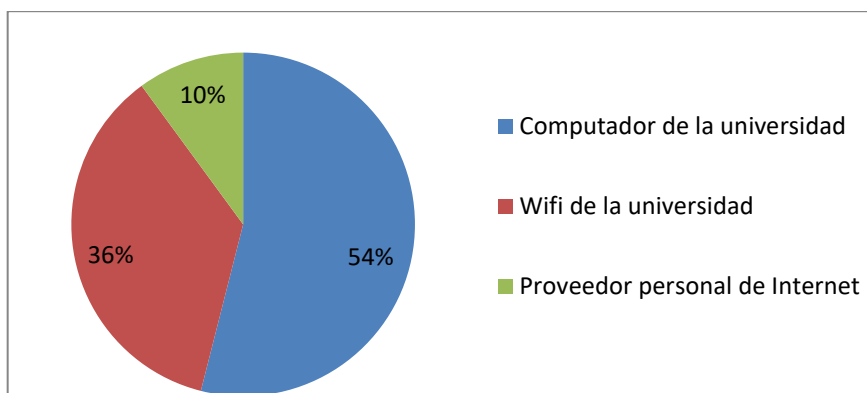
Tabla 3.11 Medio de acceso a internet dentro de la universidad (Pregunta 11. A través de que medio Ud. accede al servicio de Internet dentro de la universidad?)

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Computador de la universidad	252	54%
Wifi de la universidad	168	36%
Proveedor personal de Internet	47	10%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #11 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.11: Medio de acceso a internet dentro de la universidad (Pregunta 11. A través de que medio Ud. accede al servicio de Internet dentro de la universidad?)



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #11 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 11

Dentro de los predios universitarios, el 54% de la población investigada accede al internet a través de los computadores que provee la sede (ya sea en oficinas departamentales, centros de cómputo o espacios de trabajo). De igual manera,

pero en segunda instancia, el wifi es otra alternativa de acceso con un 36%. Estas cifras, confirman lo expuesto en la pregunta 9 del diagnóstico, sobre los dispositivos electrónicos más usado para acceder a información universitaria, donde se comprueba en primer lugar, al computador de escritorio, como el medio más utilizado, evidentemente, por la facilidad de acceso a las áreas y centros de cómputo de la institución universitaria.

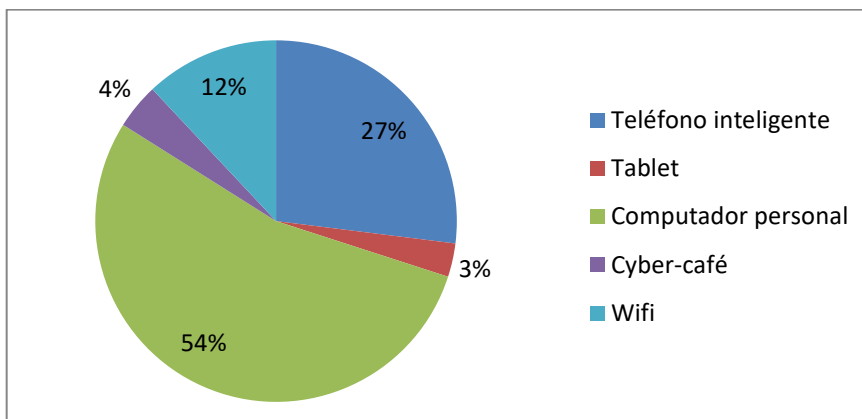
Tabla 3.12 Medio de acceso a internet fuera de la universidad (Pregunta 12. A través de que medio Ud. accede al servicio de Internet fuera de la universidad?)

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Teléfono inteligente	126	27%
Tablet	14	3%
Computador personal	252	54%
Cyber-café	19	4%
Wifi	56	12%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #12 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.12: Medio de acceso a internet fuera de la universidad



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #12 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 12

Fuera de los predios universitarios, el 54% de la población investigada accede al internet a través del computador personal y en segundo lugar utiliza al teléfono inteligente (27%) con el mismo fin. Estas cifras revelan otro dato importante, la flexibilidad y adaptabilidad que deben poseer los medios de difusión tecnológicos, Este aporte es la base para establecer estrategias de diseño que funcionen pensando en la realidad y evolución de las TIC, de tal manera, que la propuesta no se vuelva obsoleta, sino que evolucione en la medida que las necesidades generadas por los cambios, así lo precisen.

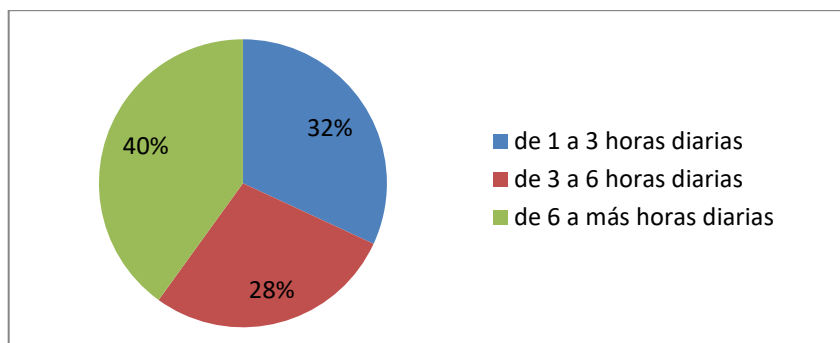
Tabla 3.13 Frecuencia de uso del servicio de internet (estimado en horas)

Opción	Frecuencia	Porcentaje
de 1 a 3 horas diarias	149	32%
de 3 a 6 horas diarias	131	28%
de 6 a más horas diarias	187	40%
TOTAL	467	100%

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #13 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.13: Frecuencia de Uso del internet



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Pregunta #13 del Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 13

Es evidente que la mayoría de los diagnosticadas (40%) permanecen más de 6 horas diarias en el internet, de igual manera, el 32% de la población, hace uso del internet en un lapso de tiempo de 1 a 3 horas diarias. Estas cifras, fundamentan el uso de las TIC como medios de difusión, además de dar lugar a una estrategia específica que fortalezca el servicio de internet dentro de la PUCESE.

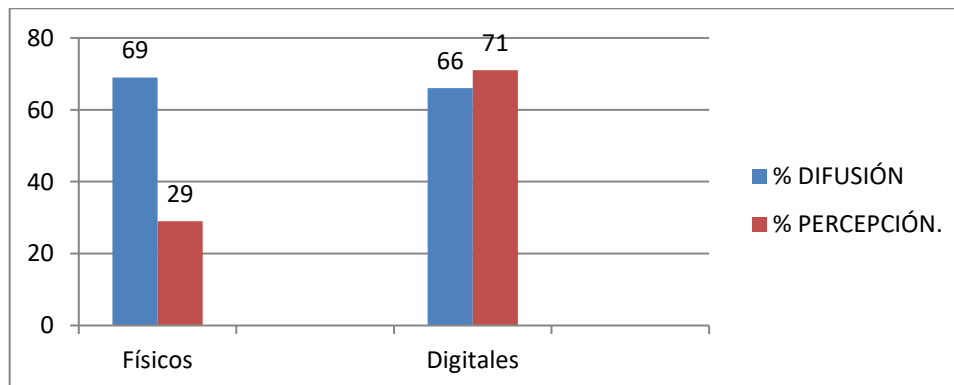
Tabla 3.14 Comparación de uso, difusión y percepción entre medios físicos y digitales

MEDIOS	DESCRIPCIÓN	% USO	% DIFUSIÓN	% PERCEPCIÓN
Físicos	Documentos impresos	42	69	29
	Carteleras	27		
Digitales	Correo Electrónico	38	66	71
	Redes sociales Institucionales	28		

Realizad por: Cristina Marmolejo

Fuente: Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.14: Uso y Percepción de medios físicos y digitales en las IES



Realizad por: Cristina Marmolejo

Fuente: Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 14

Cuando se hace una comparación entre los medios de difusión físicos y digitales, se evidencia que en el primero de los casos, tiene mayor uso para difundir información, sin embargo también se revela que la mayor percepción tiene lugar a través de los medios digitales. Además es importante resaltar que el correo electrónico es el medio digital con mayor porcentaje de uso, lo que consecuentemente conlleva a mayor percepción. Este dato es de suma importancia para el presente trabajo, debido a que da validez a la propuesta tecnológica, que se detallará posteriormente en la propuesta.

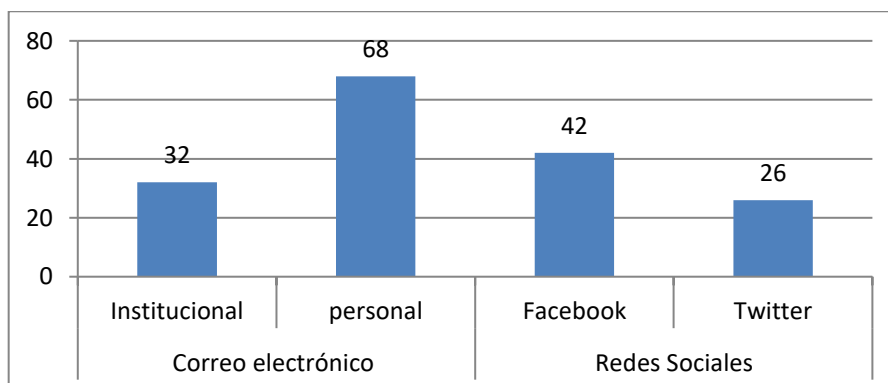
Tabla 3.15 Medios digitales más utilizados en las IES

USO DE LOS MEDIOS DIGITALES		%
Correo electrónico	Institucional	32
	personal	68
Redes Sociales	Facebook	42
	Twitter	26

Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Gráfico 3.15: Medios digitales más utilizados en las IES



Realizado por: Cristina Marmolejo

Fuente: Diagnóstico Medios de Difusión en las IES (PUCESE 2013)

Análisis Cuantitativo-Cualitativo 15

La información presentada en este último ítem (Tabla 3.15), establece los medios digitales con mayor porcentaje de uso. Se agrupan básicamente en dos tipos: el correo electrónico y las redes sociales. Al hacer la comparación entre ambos medios, el correo electrónico ocupa el primer lugar sobre las redes sociales, además se debe resaltar que el uso del correo personal está por encima del correo institucional. Aparece entonces una de las causas del problema de comunicación institucional en la PUCESE. Este dato es fundamental, puesto que permitirá establecer tanto las herramientas idóneas como las estrategias coherentes, con el propósito de difusión.

3.4 DISCUSIÓN

La problemática originada por las deficiencias en los procesos de gestión de información relevante al quehacer académico en las instituciones de educación superior, dio lugar a la hipótesis sobre el incremento en la recepción de la información a través de la aplicación de un sistema de comunicaciones unificadas basado en TIC.

Los datos suministrados por el diagnóstico sobre los medios de difusión en las IES definen de forma cuantitativa el uso y las preferencias de los medios de difusión vigentes en el caso de la PUCESE. Se validó la preferencia de los receptores hacia los medios de difusión tecnológicos. A la vez se determinó que

dentro de la generalidad de dichos medios, prevalecen: el correo electrónico, sub-clasificado en institucional y personal, así como las redes sociales tales como Facebook y Twitter.

Es lógico afirmar entonces que la implementación de un sistema de comunicaciones unificadas (integrado por el correo electrónico, Facebook y Twitter) desde el punto de vista de las TIC, es parte de las estrategias, sin embargo, no constituyen una solución, sí la propuesta no define previamente los procesos y políticas de gestión de la información.

3.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) constituyen una herramienta que puede dar soporte al proceso de comunicación en las IES, hecho demostrado en los estudios que validaron ésta investigación. A medida que se incrementan las necesidades de acceso a información relevante, la gestión de los datos se hace vital con el objetivo de establecer la caducidad de las noticias y evitar el problema en la propagación. De lo anteriormente expuesto se originan las siguientes conclusiones:

3.5.1 CONCLUSIONES

- Existen antecedentes bajo otros contextos sobre la trascendencia de las herramientas tecnológicas, dando lugar al fenómeno que actualmente se conoce como la sociedad del conocimiento. Este hecho amplía las posibilidades aplicativas de las TIC a otros niveles, e implica a

Instituciones como las de educación superior.

- Las referencias existentes sobre la implementación de las TIC han estado orientadas hacia el proceso de enseñanza aprendizaje, sin embargo, estas tecnologías fueron utilizadas originalmente como parte de la gestión administrativa de las organizaciones, incluidas las IES.
- El diagnóstico sobre los medios de difusión en las IES reveló la preferencia de los usuarios sobre los medios digitales con respecto a los medios físicos. Esto es importante ya que da validez a la propuesta de utilizar a las TIC como medio de difusión. Puntualiza que los receptores perciben mejor a la información proveniente de los medios digitales como el correo electrónico y las redes sociales.
- Se determinó que el medio digital más utilizado es el correo electrónico personal sobre el correo electrónico institucional. Significa entonces que uno de los factores que influye en la propagación ineficiente de la información se origina por el uso del medio equivocado. Parte de la estrategia para la implementación del sistema de comunicaciones unificadas, será persuadir a los usuarios a utilizar el correo electrónico institucional en lugar del personal.

- Dentro de la PUCESE las redes sociales más utilizadas son el Facebook y Twitter, (después del correo electrónico personal). Ambas aplicaciones poseen un alto grado de aceptación como medio de comunicación, significa entonces, que el sistema de comunicación unificada deberá estar integrado por dichas herramientas.

3.5.2 RECOMENDACIONES

- La PUCESE cuenta con políticas y un reglamento de comunicación, no obstante, las deficiencias en el sistema de comunicación vigentes, afectan la percepción de la información que posteriormente se convierte en conocimiento y por ende la óptima asimilación del mismo. Se recomienda priorizar la difusión de las políticas y normas de comunicación con el objetivo de establecer los responsables y los canales adecuados para su correcta consecución.
- El Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas de la PUCESE es el organismo encargado de gestionar la información institucional de la universidad, se recomienda fortalecer al equipo de trabajo con más personal especializado en el área de TIC.

- La tecnología evoluciona constante y vertiginosamente, es recomendable actualizar las herramientas tecnológicas que integren el sistema de comunicaciones unificadas, previo al estudio de las preferencias de los receptores, con la finalidad de que el sistema no pierda vigencia, sino que por el contrario, se caracterice por la adaptación a los nuevos requerimientos de la sociedad del conocimiento y la comunicación.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA ALTERNATIVA

4.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA:

DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL EN LA PUCESE.

4.2 JUSTIFICACIÓN:

Las IES poseen espacios de comunicación inherentes a la actividad académica. En el caso específico de la PUCESE, se han creado recursos comunicacionales a través de medios, tanto físicos como digitales. Para determinar la percepción sobre los medios de difusión de la población universitaria (constituida por administrativos, trabajadores, docentes y estudiantes) en el año 2013, se realizó un diagnóstico, el cual estableció en primer lugar que la mayor cantidad de receptores son los estudiantes (87%), además que la información más relevante es la académica y de mejor percepción a través de los medios digitales, siendo los más utilizados el correo electrónico institucional (38%), seguido por las redes sociales institucionales (28%), sin embargo, el 37% de los investigados nunca utilizan dicho correo, ya que prefieren el correo electrónico personal (68%). La red social más usada institucionalmente es Facebook (42%), seguida por Twitter (26%).

El diagnóstico revela la preferencia de la población universitaria sobre los medios digitales (correo electrónico y las redes sociales), para obtener información institucional, pero es necesario aplicar un plan de difusión como parte de un **sistema integrado de gestión para la difusión de información**, en donde las TIC juegan un papel fundamental.

Esta propuesta pretende dotar a la universidad de un sistema de gestión para la difusión de información universitaria, basada en TIC con la finalidad de difundir información oficial, oportuna y de fácil acceso, que beneficie no solamente a la población universitaria (conformada por administrativos, trabajadores, docentes y estudiantes), sino también a una sociedad globalizada cuya característica principal está en la necesidad constante de información.

4.3 FUNDAMENTACIÓN:

Esta propuesta tiene fundamento en el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional (PEDI) 2012-2016, de la PUCESE, estructurado en siete objetivos, entre los cuales se menciona mejorar los canales de comunicación, así como la implementación de las TIC en todos los niveles de la gestión académica y administrativa.

Las acciones de mejoramiento continuo en las organizaciones, relacionadas con el uso de las TIC, no son algo nuevo. (Morales & González, 2008) Presentan un estudio de caso concerniente al tema. Manifiestan que el propósito de las herramientas TIC en la comunicación es emitir mensajes aunque la acción de retroalimentación no sea inmediata. El artículo también revela información sobre investigaciones realizadas en la Universidad de la Frontera, dentro de la Facultad de Educación y Humanidades, en el lapso de dos años, en las áreas de informática, gestión y comunicación de dicha institución. Puntualiza que el compromiso de los gestores del proceso comunicacional son la clave de la efectividad y concluye alegando que la importancia de la gestión de las comunicaciones, radica en el equilibrio entre el compromiso, uso y conocimiento coherentemente relacionados con las soluciones tecnológicas, propias de las TIC.

La referencia da lugar a afirmar que la propuesta se sustenta en los procesos de gestión de la información, más que en las herramientas tecnológicas.

Para poder diseñar un sistema integrado de gestión para la difusión de información institucional, es necesario establecer conceptos puntuales. Consecuentemente (Díaz Pérez, Contreras, & Rivero Amador, 2009) definen como Sistemas de Difusión (SD) al conjunto de procesos que sirven de soporte en la gestión de datos, basados en requerimientos operacionales de una

organización. Significa entonces que el punto de partida para el diseño de la gestión de la información está en especificar el SD, es decir, detallar los procesos para el tratamiento de los datos a ser difundidos.

Por otro lado, las redes sociales forman parte del accionar en la comunicación actual. En este sentido (Campos Freire, 2008) sostiene que éstas son básicamente, sistemas de comunicación social, cuyo modelo se desarrolla gracias a la participación colaborativa, sustentada en el dinamismo en red, que en este momento tiene vigencia por captar la atención de los usuarios.

En el contexto universitario, (Reina Estévez & Fernández Castillo, 2012) hacen referencia sobre el caso del Facebook y el Twitter en las universidades andaluzas y expresan entre sus conclusiones que el modelo de comunicación aplicado a las redes sociales, tienden a utilizar una misma estrategia, lo que minimiza su potencial, ya que requieren auto publicitarse mutuamente.

La propuesta trasciende a la aplicabilidad de las TIC, debido a que profundiza otros factores como la recogida, procesamiento, pertinencia y difusión de la información sobre la base del compromiso de los responsables de la gestión.

La integración del correo electrónico y las redes sociales junto a las estrategias propias de un SD, contribuyen a las acciones de mejoramiento continuo en las organizaciones.

La propuesta se consolida al establecer tanto los procesos como las herramientas que soportan al SD con el equilibrio entre el compromiso, uso y conocimiento de los gestores para garantizar una difusión efectiva. De igual manera, las herramientas deben responder a modelos de comunicación actuales, como es el caso de las Redes Sociales.

La integración de varias herramientas TIC (correo electrónico, Facebook y Twitter) como un sistema de difusión constituye la evolución en los modelos de comunicación universitarios.

La sociedad de la información, en la que también están inmersos: administrativos, directivos, docentes y alumnos se beneficiará del aporte de las redes sociales desde un enfoque distinto, ya que dinamizará el acceso a información fiable y oportuna.

4.4 OBJETIVOS:

Objetivo General:

Diseñar un sistema de gestión para la difusión de información institucional en la PUCESE.

Objetivos Específicos:

- Analizar las políticas de comunicación establecidas por la sede.
- Establecer el modelo del Sistema de Información
- Implementar el sistema de difusión a través del correo electrónico, Facebook y Twitter de la PUCESE
- Socializar el sistema integrado de difusión y validar la percepción de la población universitaria

4.5 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA:

- PERÍODO: ABRIL 2013 – SEPTIEMBRE 2014
- ESPACIO: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas
- ÁREA: Jefes Departamentales, Directores de Escuela, Representante de Estudiantes
- UNIDAD EXPERIMENTAL: Voluntarios Población universitaria (Docentes, Estudiantes, Administrativos y trabajadores)
- METODOLOGÍA: Interacción con el Sistema Integrado de Difusión.

4.6 FACTIBILIDAD (TÉCNICA, ADMINISTRATIVA, FINANCIERA)

Desde el punto de vista Técnico, la propuesta es factible debido a que la institución donde se aplicará ya cuenta con correo electrónico institucional, así como de Facebook y Twitter como medios alternativos de comunicación. Además las instalaciones están dotadas equipos con acceso a internet de libre acceso para la población universitaria (Laboratorios de computación, espacios de trabajo docente, Departamentos, Biblioteca).

Se realizó una solicitud al Departamento de TIC para dar acceso a la población universitaria sobre el sistema integrado de difusión. De igual manera se solicitó al Departamento de Relaciones Públicas la promoción de la herramienta para su posterior validación.

Existe factibilidad desde el punto de vista Administrativo ya que durante todo el período académico se está generando información relevante para la población universitaria y que se difunde tanto en medios físicos, como digitales.

El área responsable de la gestión de la información en la PUCESE es el Departamento de Relaciones Públicas.

La factibilidad Financiera está dada por la investigadora, así como por el apoyo de la institución a través de los Departamentos de TIC y Relaciones Públicas para la implementación de la misma.

4.7 VIABILIDAD ACADÉMICA

Es importante aclarar que el aspecto académico tiene un papel secundario en la propuesta, debido a la perspectiva unilateral en la gestión de datos. Sin embargo, es viable plantear la evolución del Sistema de Información unidireccional del modelo difusivo, al modelo bidireccional que ya aplican otras instituciones de educación superior como complemento al proceso de enseñanza-aprendizaje, e inclusive como modelo de educación a distancia.

4.8. PLAN DE TRABAJO

Con la finalidad de establecer una secuencia lógica y ordenada para cumplir con la propuesta planteada, se desarrollaron los siguientes pasos, tal como muestra la tabla 4.1:

Tabla 4.1 Plan de Trabajo para propuesta

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO SEMANAS	OBSERVACIONES
1	Acuerdos (<i>Envío y Respuesta</i>)	Enviar solicitudes al Dpto. de Relaciones Públicas y al Dpto. de TIC	2	Apoyo a la implementación y difusión del Sistema de Información (SI)
2	Desarrollo Modelo Sistema de Información (MSI)	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las Políticas de Comunicación de la sede 	4	<ul style="list-style-type: none"> • La PUCESE ya cuenta con redes sociales institucionales que se adaptarán a las estrategias de

		<ul style="list-style-type: none"> • Definición de las estrategias de difusión • Adaptar las Herramientas TIC (Correo electrónico, Facebook y twitter) al modelo del Sistema de Información • Vincular el correo electrónico con el Facebook y el twitter 		<p>comunicación y posteriormente al MSI</p> <ul style="list-style-type: none"> • El correo Institucional está soportado por Outlook, que permite la vinculación entre Facebook y twitter
3	Implementación del (SD-PUCESE)	Crear una cuenta como Administrador en el correo institucional de la PUCESE	4	Apoyo del Dpto. de TIC
5	Evaluación de Interacción con datos difundidos	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la interacción con el sistema de información en el lapso de una semana con voluntarios de la Población universitaria • Analizar los Resultados obtenidos en la evaluación • Establecer conclusiones y recomendaciones 	8	

Realizad por: Cristina Marmolejo

4.8.1 ACUERDOS

Para poder implementar la propuesta se envió un memorándum (N°CE -2014-183) al Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la PUCESE, con copia al Departamento de TIC, solicitando autorización para implementar el sistema que unifica al Facebook y Twitter Institucional, por el lapso de dos semanas comprendidas del 27 de octubre al 7 de noviembre (ver anexo# 3).

Se llegó al acuerdo, tal como expresa el memorado 0188, el cual expresa que si es posible la implementación del sistema e inclusive se abre la posibilidad de hacerlo de manera permanente. (Ver anexo# 4).

4.8.2 DESARROLLO DEL MODELO DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN

Políticas de Comunicación de la PUCESE

El reglamento del Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas fue aprobado por el Consejo Directivo en dos sesiones consecutivas del 26 de junio y 31 de julio del 2014. Está constituido por diez capítulos, organizados en doce artículos.

Haciendo referencia a la difusión de información institucional de la PUCESE, las políticas de comunicación para la institución expresan específicamente en el Art. 5 (de los objetivos), numeral 1, difundir las actividades de docencia,

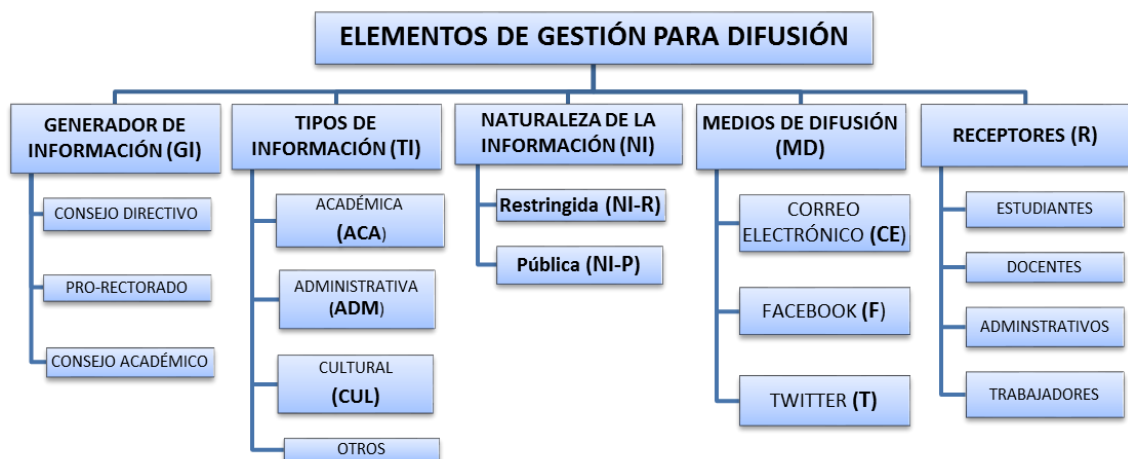
investigación y vinculación que desarrolla la universidad, de manera eficaz y eficiente en colaboración con las unidades administrativas y académicas.

De igual manera, en el Art. 6 (de las políticas), numeral 2, enuncia sobre difundir las actividades académicas, científicas, culturales, deportivas y de vinculación, que se realicen dentro y fuera de la Sede, de importancia para la comunidad universitaria y la opinión pública.

En el Art. 7 (de la organización), numeral 3, se refiere al nivel de apoyo a cargo del Departamento de sistemas y la Escuela de Diseño Gráfico.

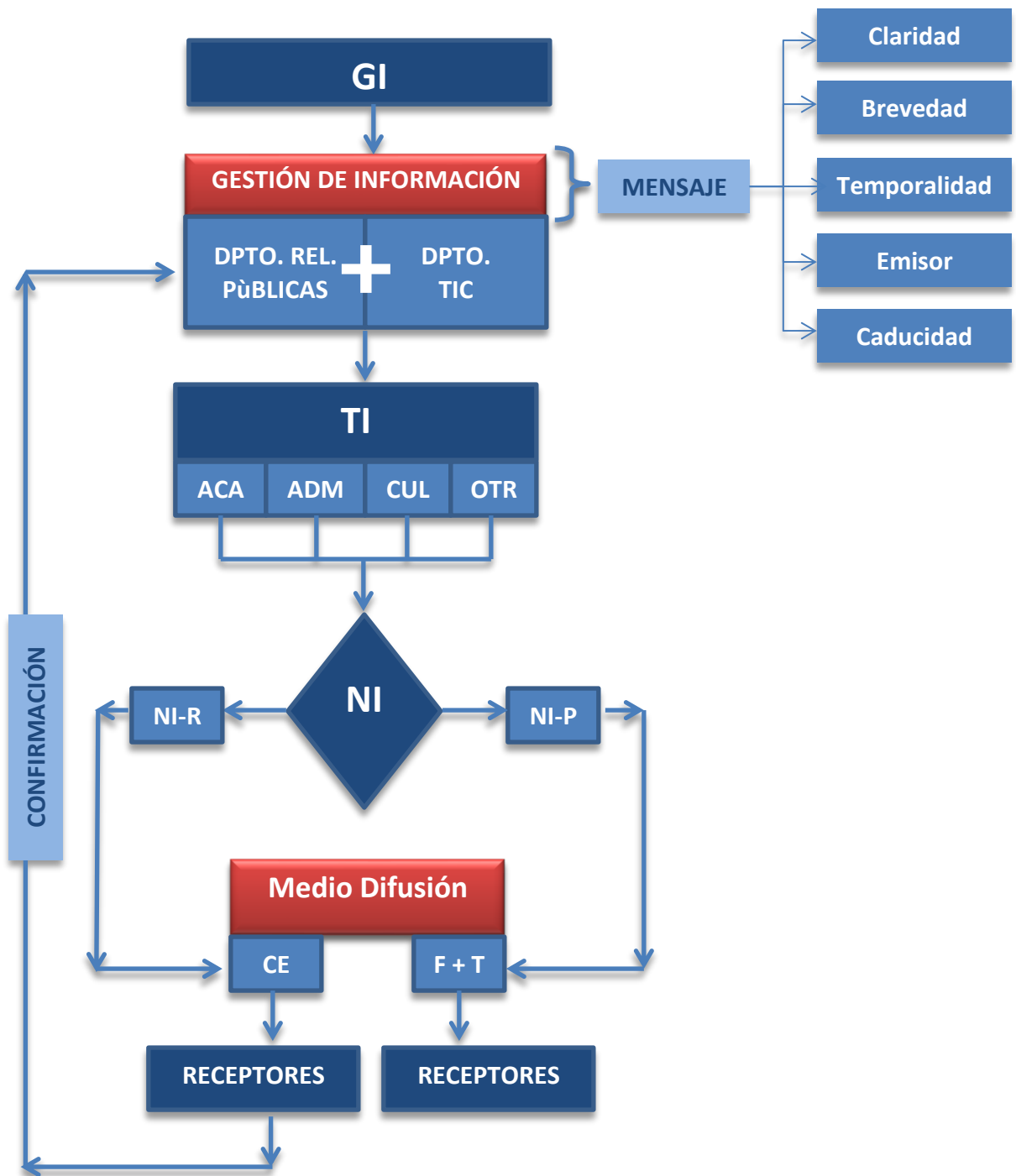
Los elementos que intervienen en el proceso de gestión para la difusión de información se muestran en el gráfico 4.1:

Gráfico 4.1 Esquema sobre los elementos de gestión para Difusión



Realizad por: Cristina Marmolejo

Gráfico 4.1.1 Diseño Sistema de Gestión para difusión de información universitaria



Realizado por: Cristina Marmolejo

El Gráfico 4.1.1 muestra el funcionamiento del sistema de gestión para información universitaria destinado a la PUCESE.

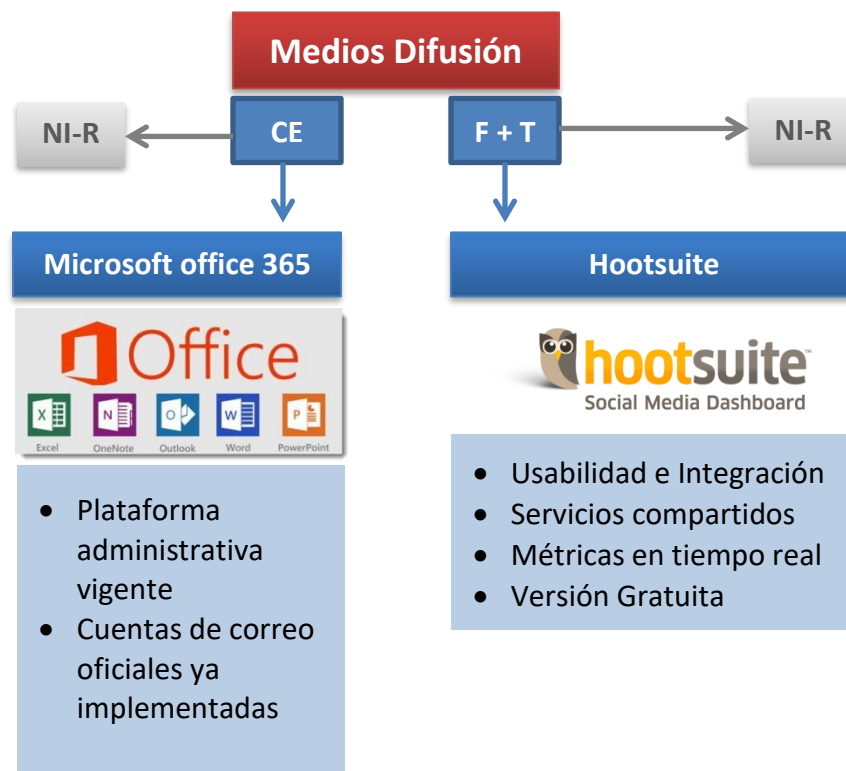
En primer lugar se Genera la Información **(GI)** de las diversas áreas, a continuación se procede a la **Gestión de la Información** que consiste en determinar los tipos de información **(TI)** para luego establecer si el mensaje cumple con 5 parámetros:

- **Claridad.-** El mensaje tiene un lenguaje sencillo, de fácil asimilación y por lo tanto se entiende.
- **Brevedad.-** La cantidad de palabras empleadas son sólo las necesarias para que el mensaje sea claro.
- **Temporalidad.-** La información es Vigente para el momento en que se pretende difundirla
- **Emisor.-** Está definido que instancia de la institución emite el mensaje.
- **Caducidad.-** Está definido el período de tiempo que deberá seguir publicado el mensaje.

El siguiente paso es clasificar la información en base a la naturaleza de la misma, es decir, si la Naturaleza de Información es Restringida **(NI-R)**, el medio de difusión será el Correo Electrónico **(CE)**, pero si la Naturaleza de la Información es Pública **(NI-P)**, entonces el medio de difusión empleado serán las redes sociales de Facebook y Twitter.

Para especificar las razones de aplicación de las herramientas TIC que integran al sistema de gestión para la difusión de información universitaria, es necesario partir del Gráfico 4.1.2:

Gráfico 4.1.2 Distribución de los Medios de Difusión según la Naturaleza (Restringida o Pública) de la información.



Realizad por: Cristina Marmolejo

Existen varias alternativas en cuanto a soluciones tecnológicas para la gestión de redes sociales. Dentro de los softwares más conocidos se menciona al Hootsuite, TweetDeck, SproutSocial, Sendible, Socialloomph, Socialflow y Buffer, cuyas características se muestran en la Tabla 4.2:

Tabla 4.2 Softwares para gestión de Redes Sociales más conocidos

N	SOFTWARE	CARACTERISTICAS	VENTAJA	DESVENTAJA
1	Hootsuite	Permite programar publicaciones en diversas cuentas (5 en versión gratuita) desde un solo sitio,	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecuta varias tareas propias de cada red social desde un mismo espacio • Posibilita actuar a varios administradores • Asignación de tareas por publicación e interacción con las mismas • Interfaz amigable a través de la visualización en pestañas y Columnas • Integración y adaptación de diferentes plataformas, como iPhone, iPad y Android 	<ul style="list-style-type: none"> • La versión gratuita limita el número de redes a gestionar y algunas funciones como los reportes.
2	TweeetDeck	Tablero electrónico de gestión orientado a Twitter.	<ul style="list-style-type: none"> • Posee opciones muy útiles, como la programación de publicaciones, 	<ul style="list-style-type: none"> • Sólo te permite el control de una cuenta en Twitter • Antes era posible

			<p>rastreo de interacciones, entre otras</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sus servicios son gratuitos. 	<p>integrar opciones adicionales de control de otras redes sociales, pero actualmente solo permite el uso del Twitter a través de TweetDeck</p>
3	SproutSocial	<p>Herramienta de gestión para redes sociales orientadas a posicionar negocios te ayuda a publicar y programar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A parte de publicar y programar, maneja tareas, responsables, rastreo de mensajes y retroalimentación • Soporta Twitter, páginas en Facebook, Google + y perfiles de LinkedIn 	<ul style="list-style-type: none"> • Está limitado al posicionamiento empresarial • Es un servicio de paga, pero ofrecen un periodo de prueba de 30 días
4	Sendible	<p>Permite la gestión de múltiples cuentas en Twitter, Facebook, Flickr, WordPress entre otras, con la posibilidad de recibir notificaciones sin la necesidad del monitoreo constante de las redes sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece modelos prediseñados para marketing directo (malino) y análisis de distintos tipos de información. • Ahorro de tiempo para estar activo en las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un servicio de paga, pero ofrecen un periodo de prueba de 30 días
5	Socialoomph	<p>Puede integrar múltiples cuentas en redes sociales y manejándolas desde una sola plataforma</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Además de programar las publicaciones, te ofrecen un rastreo de palabras claves • Posee un Plan gratuito con algunas opciones limitadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Las herramientas, como el filtrado de perfiles de Twitter, programación de actualizaciones con imágenes o actividades de grupo en Facebook • Permite agendar lo que se

				comparte en LinkedIn, solo si se compra el plan profesional
6	Socialflow	Esta plataforma ofrece el programado de publicaciones basadas en la optimización lograda por sus algoritmos	<ul style="list-style-type: none"> • Determina el momento idóneo para publicar cuando la audiencia es más activa y receptiva • Ayuda a entender las estadísticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Sólo soporta Facebook y Twitter.
7	Buffer	Establece opciones de programación personalizada para conectar cuentas múltiples, acceder a estadísticas detalladas, etcétera.	<ul style="list-style-type: none"> • ofrece tanto un plan gratuito • Posibilita programación de publicaciones, así como fechas y horas para las publicaciones, pero en el plan de Pago conocido como "Increíble" 	<ul style="list-style-type: none"> • El plan gratuito cuenta con un número limitado de cuentas a integrar, además de espacio limitado

Realizad por: Cristina Marmolejo
Fuente: <http://www.um.es/cursos/promoedu/redessociales/glosario/>

Desde la perspectiva de Operatividad, tanto "Microsoft office 365" como "Hootsuite", son herramientas de fácil administración que no requieren un nivel de conocimientos avanzado para su interacción. En el primer caso, la plataforma de administración de correo electrónico institucional ya está implementada por el Departamento de TIC, y Departamento de Relaciones Públicas, solo debe operativizar la difusión de la información. Además, ésta

herramienta tiene entre sus ventajas generar respuestas automáticas (ver Anexo # 6), dicho atributo permite hacer la confirmación de la recepción de la información, tal como muestra el Diseño Sistema de Gestión para difusión de información universitaria (ver Gráfico 4.1.1).

Por otro lado, el Hootsuite es un sistema de Gestión de Redes Sociales, que se destaca de otros instrumentos que cumplen funciones similares (ver tabla 4.2), debido a características como:

- Gestión colaborativa, varias personas manejando una cuenta
- Asignación de tareas por publicación e interacción
- Visualización a través de pestañas y Columnas
- Informes avanzados con métricas e indicadores específicos
- Integración directa con varias redes sociales

Si se analizan las particularidades de las diferentes herramientas para la gestión de redes sociales, se determinan que no existen realmente opciones mejores o peores, más bien, dependen de las necesidades de gestión de información organizacionales.

Debido a las características mencionadas anteriormente y bajo el criterio de la investigadora, basada en las necesidades de gestión de la Institución, se

consideró a Hootsuite como la herramienta indicada para cumplir el rol como medio de difusión para esta investigación.

Esta herramienta ya fue implementada como parte del proyecto, por lo tanto, las instancias responsables solo deben operarla tal como el indica el Tutorial Básico Hootsuite PUCESE. (Ver anexo#5).

Lo importante de ambas herramientas es que permiten la operatividad, control, seguimiento e informes del flujo, recepción y comportamiento de los receptores.

4.8.3 ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN PARA LA PUCESE

- **Estrategia 1.-** Reforzar la imagen institucional de la PUCESE a través de la aplicación del Manual de Identidad Corporativa en el diseño de los mensajes difundidos (ver anexo # 4.1)
- **Estrategia 2.-** Los responsables de gestionar la difusión de información institucional en la PUCESE son el Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas, junto al Departamento de TIC, bajo la aprobación del Pro-Rectorado.

- **Estrategia 3.-** La información difundida será tipificada en dos clases: RESTRINGIDA (dirigida a receptores específicos) y PÚBLICA (dirigida a toda la población universitaria).
- **Estrategia 4.-** Para que un mensaje pueda ser difundido deberá cumplir con la siguiente estructura: Claridad, brevedad, temporalidad, emisor, caducidad.
- **Estrategia 5.-** Los medios de difusión TIC utilizados serán el correo electrónico institucional soportado a través del Microsoft 365, y un gestor de redes sociales llamado Hootsuite, para sincronizar el Facebook y el Twitter institucionales.
- **Estrategia 6.-** La implementación, mantenimiento y actualización de los medios de difusión TIC estará a cargo del Departamento de TIC, mientras que la operatividad y gestión de la información será realizada por el Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas.
- **Estrategia 7.-** De acuerdo a la naturaleza de la información y el perfil del receptor se utilizarán los medios de difusión TIC, es decir, la información de carácter Restringida a receptores específicos se difundirá a través del

correo electrónico institucional, mientras que la información de carácter Público por medio del gestor de redes sociales.

- **Estrategia 8.-** Para confirmar que los mensajes del correo electrónico fueron recibidos correctamente, se adjuntará un mensaje al pie éste solicitando la confirmación de la recepción. En caso de no recibir respuesta, en el lapso de 24 horas, se reenviará el correo.

- **Estrategia 9.-** Hootsuite es la herramienta TIC seleccionada para gestionar las redes sociales institucionales debido a la gestión colaborativa entre varios usuarios, la fácil asignación y automatización de tareas de publicación e interacción, interfaz intuitiva que no requiere experticia adicional, así como informes avanzados con métricas e indicadores sobre la gestión de las redes. Entre los beneficios del uso de esta plataforma se enumeran:
 - Usabilidad e Integración
 - Servicios compartidos
 - Métricas en tiempo real

Es importante aclarar que para el prototipo del presente estudio se implementó una cuenta en versión gratuita, sin embargo se recomienda contratar las versiones de pago ya que poseen más utilidades para automatizar la gestión y medir cualitativamente los datos emitidos.

De acuerdo al presupuesto inicial de la PUCESE del año 2013 (ver anexo#8), en el apartado correspondiente a operación e inversión, se asigna a Publicaciones el valor de \$76.431,59 anuales (es decir 1,31% del presupuesto total), distribuidos semestralmente en \$ 38.215,79. Cabe destacar que en este rubro se incluyen los servicios contratados para publicidad.

Es importante señalar que del presupuesto asignado a Publicaciones se incluyen varias actividades incluida la difusión. En la tabla 4.3 se detalla el costo de difusión en medios físicos PUCESE:

Tabla 4.3 Costo de Difusión Medios Físicos PUCESE

N	MEDIO	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
1	PLASMA	1	\$ 1.292	\$ 1.292
2	BIOMBOS	15	\$ 140	\$ 2.100
3	CORCHÓGRAFO	27	\$ 120	\$ 3.240
TOTAL INVERSIÓN				\$ 6.632

Realizad por: Cristina Marmolejo

Por otro lado, la versión de pago básica para Hootsuite es de \$8,99 mensuales, significa que implementar el sistema anualmente costaría \$107,88 es decir el 0,16% del costo de difusión empleados en los medios físicos.

4.9 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Las herramientas TIC utilizadas como medios de difusión de la PUCESE fueron el correo electrónico, bajo soporte Microsoft 365. Ésta herramienta tiene la capacidad de permitir conexión con redes sociales, sin embargo, debido a la naturaleza de la información de tipo Restringida, no fue activada.

Por otro lado, se creó una cuenta gratuita en la plataforma de gestión de redes sociales denominada Hootsuite, con la finalidad de unificar las cuentas de Facebook y Twitter Institucionales.

Finalmente se procedió a difundir información a los diversos tipos de receptores definidos como la población universitaria, aplicando las estrategias de difusión planteadas anteriormente en el lapso de dos semanas conforme a lo autorizado por el Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas.

4.9.1 ANÁLISIS DEL CORREO ELECTRÓNICO PUCESE

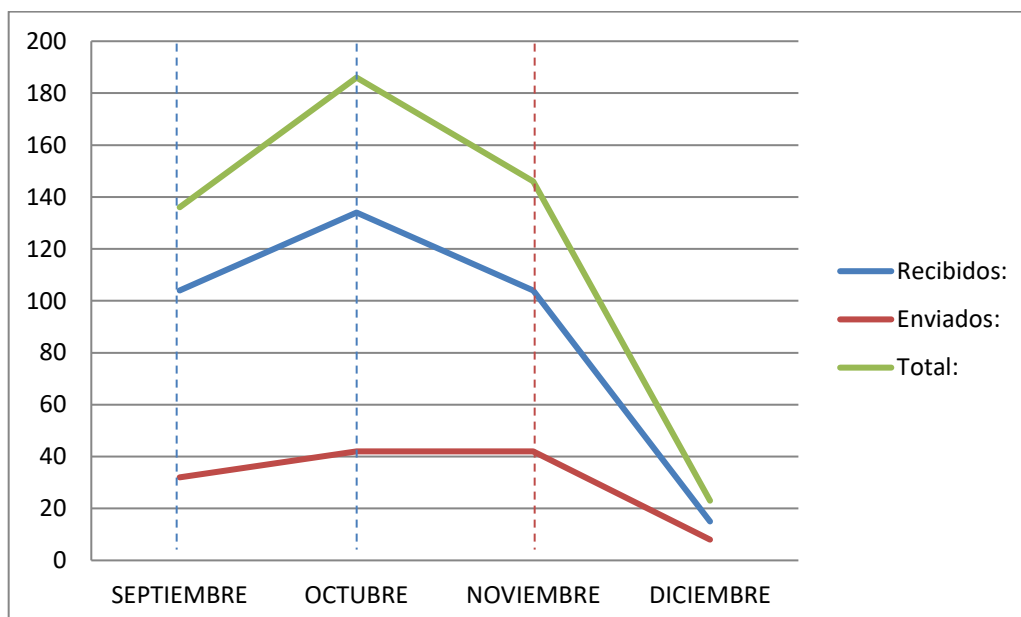
Se tomó como referencia al correo de la dirección de escuela de diseño gráfico durante el período comprendido entre el 15 de septiembre al 3 de diciembre del 2014, debido a que en la tipología restringida de la información a difundirse, y por el fácil acceso a dicho correo. Los parámetros de medición para e-mails fueron el número de correos recibidos y enviados, tal como muestra la tabla 4.1:

Tabla 4.2 Resumen de entrada y salida de correos electrónicos de la dirección de escuela de Diseño Gráfico de la PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de diciembre

E-mails	PERÍODO							
	SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
Recibidos :	104	76,4%	134	72,04%	104	71,2%	15	60%
Enviados:	32	23,5%	42	22,50%	42	28,7%	8	34,7%
Total:	136	100%	186	100%	146	100%	23	100%

Realizad por: Cristina Marmolejo

Gráfico 4.2 Resumen de entrada y salida de correos electrónicos de la dirección de escuela de Diseño Gráfico de la PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de diciembre



Realizad por: Cristina Marmolejo

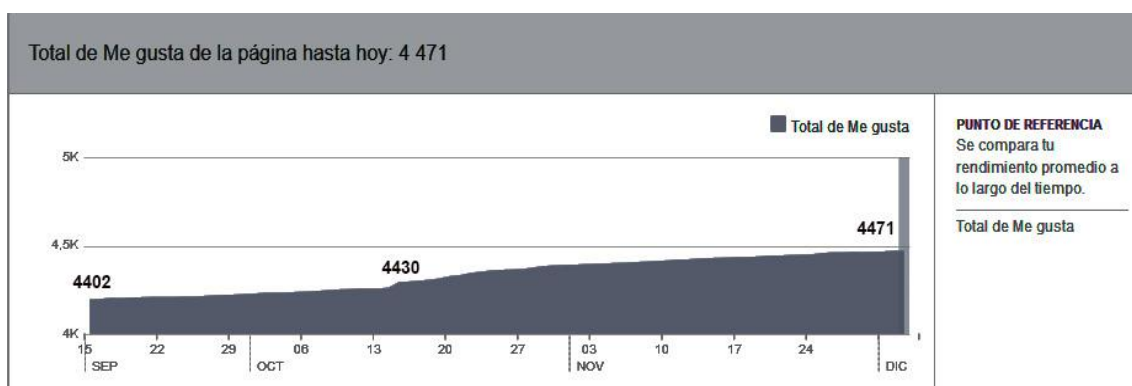
Se puede inferir a través del resumen de los datos tanto gráficos como numéricos que la difusión de información restringida se incrementó en 50 e-mail, entre los meses de septiembre y octubre, de los cuales, la mayoría fueron

recibidos (72,4%). Sin embargo, entre el mes de octubre a noviembre disminuyó en 40 el total de e-mails.

Es importante conocer que la caída en la cantidad de correos electrónicos obedece al decremento de actividades cuya relevancia no implica la difusión.

4.9.2 ANÁLISIS DE FACEBOOK PUCESE

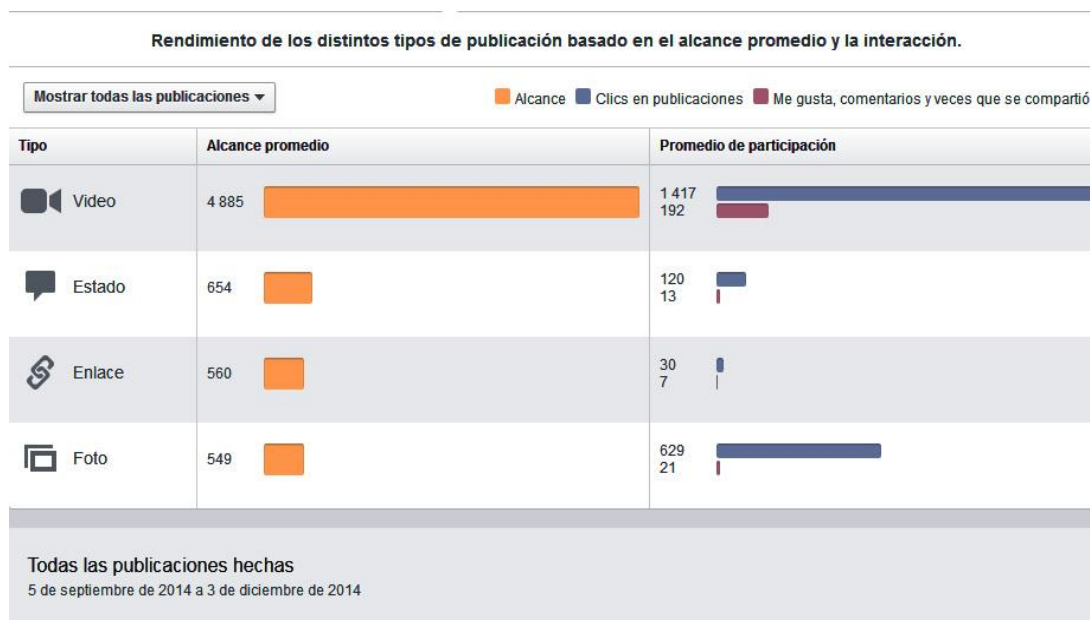
Gráfico 4.3: Total de “Me gusta” de la página del Facebook PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014



Realizad por: Cristina Marmolejo

El gráfico 4.2 muestra el incremento en el total de “Me gusta” de la página, considerando que del 15 al 19 de septiembre el aumento fue de 28 puntos, mientras que del 19 de septiembre al 3 de diciembre el aumento fue mayor: 41 puntos. Estos datos demuestran que la aceptación de las publicaciones tiende a incrementarse de manera constante, pero en lapsos de tiempo considerables.

Gráfico 4.4: Rendimiento de los distintos tipos de publicación basado en el alcance promedio y la itinerancia del Facebook PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014



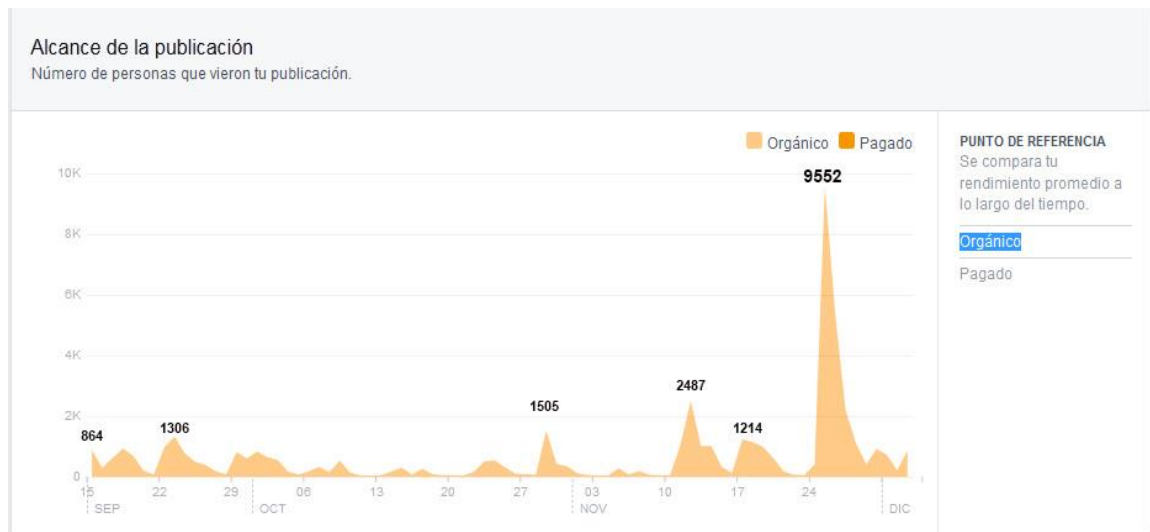
Realizado por: Cristina Marmolejo

La publicación de video tiene el mayor alcance promedio con 4.885 puntos, teniendo 1.417 clics en publicación y 192 puntos entre “me gusta”, comentarios y veces que se compartió. El índice más bajo lo tienen los enlaces con solo 560 puntos, de los cuales 30 corresponden a clics en publicación y 13 puntos de “me gusta” y veces que se compartió.

La información cuantitativa da lugar a futuras estrategias para mejorar el proceso de difusión de la información institucional, puesto que permiten establecer mecanismos adecuados, como el caso del formato de video, para garantizar la recepción de información. Por otro lado se determina debilidades

del proceso de difusión como el hecho de proveer información es a través de enlaces, este mecanismo es ineficiente.

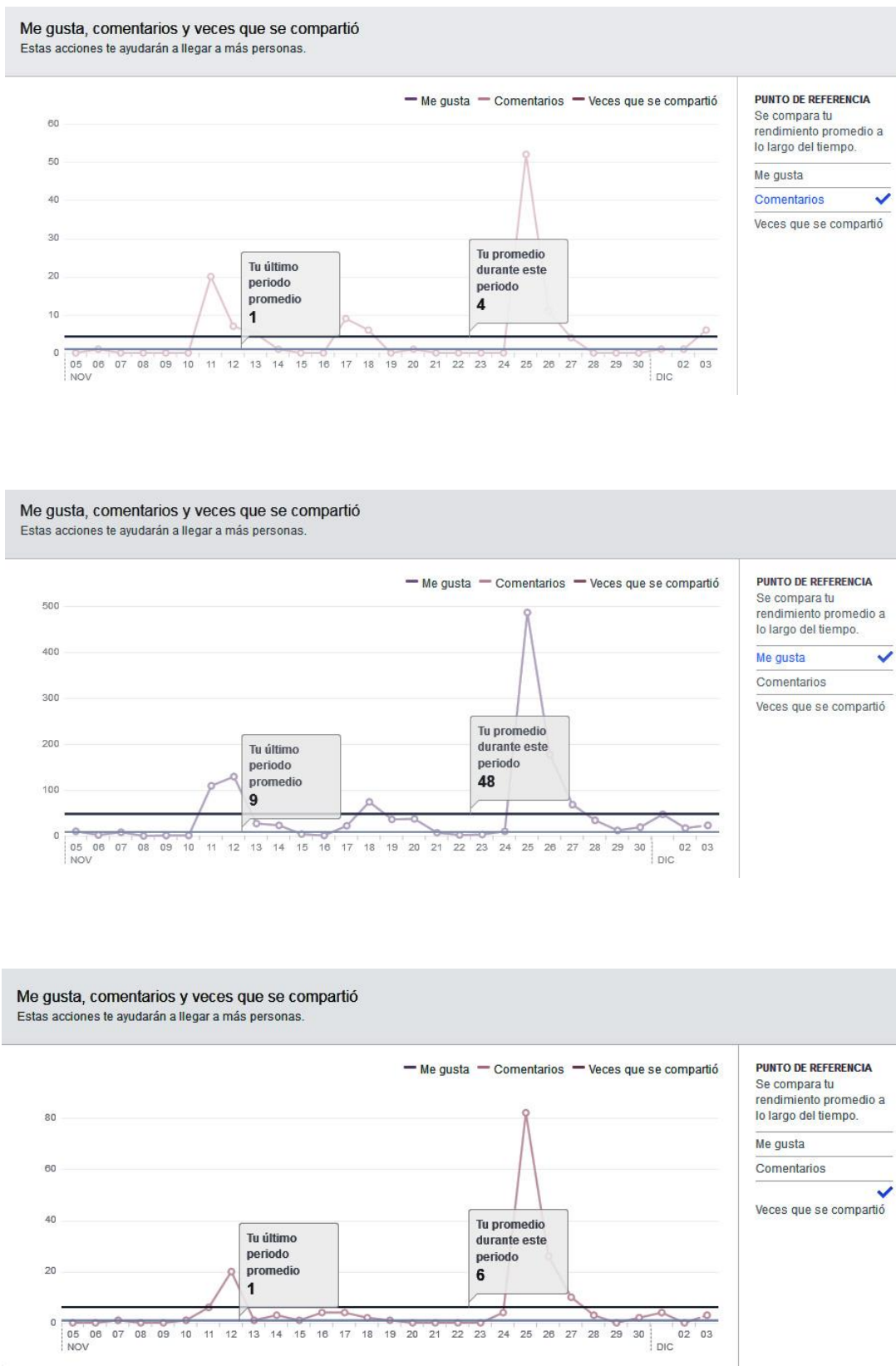
Gráfico 4.5: Alcance de la publicación a partir del número de personas que la vieron del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014



Realizado por: Cristina Marmolejo

El alcance más bajo tuvo lugar al inicio del período de investigación el 15 de septiembre con 864 puntos, luego sufrió un incremento, cuyo rango fue de 442 a 199 y a 982 puntos, cayendo 1273 puntos el 19 de noviembre el 23 de septiembre. Sin embargo, el 25 de noviembre, se alcanzó el máximo número de personas que vieron la publicación con 8338 puntos. Se puede decir entonces que las publicaciones incrementan su alcance a medida que los receptores son proveídos de información actualizada y constante en un lapso de tiempo.

Gráfico 4.6: Validación de los “Me gusta”, comentarios y veces que se compartió una publicación del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014




Los “me gusta” se incrementaron de 9 a 48 puntos, en el caso de los comentarios, el crecimiento fue de 1 a 4 puntos y las veces que se compartió una publicación subió de 1 a 6 puntos durante el período de evaluación.

Significa entonces que la acción de “me gusta” tiene mayor relevancia para los receptores que la acción de compartir publicaciones y en última instancia el hecho de comentarlas.

4.9.3 ANÁLISIS DE TWITTER PUCESE

Gráfico 4.7 Generalidades TWITTER PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014

Twitter users		Followers	Following	Tweets
1	 PUCESE @PUCESE	194	4	180

Realizad por: Cristina Marmolejo

Los Followers o twitteros que siguen a la PUCESE son 194, es decir solo el 9,24% de la población universitaria, mientras que el número de Following o twitteros que se siguen son 4. El Ratio en Twitter es un valor que indica la forma en que se está comunicando, se calcula a través de una razón aritmética entre el número de Followings y de Followers. Por lo tanto el Ratio de Following/Folowers del twitter de la PUCESE es de 0,02 lo que significa que se tiene una imagen de autoridad, donde la institución se expresa y los usuarios receptan la información. (Ver tabla 4.3)

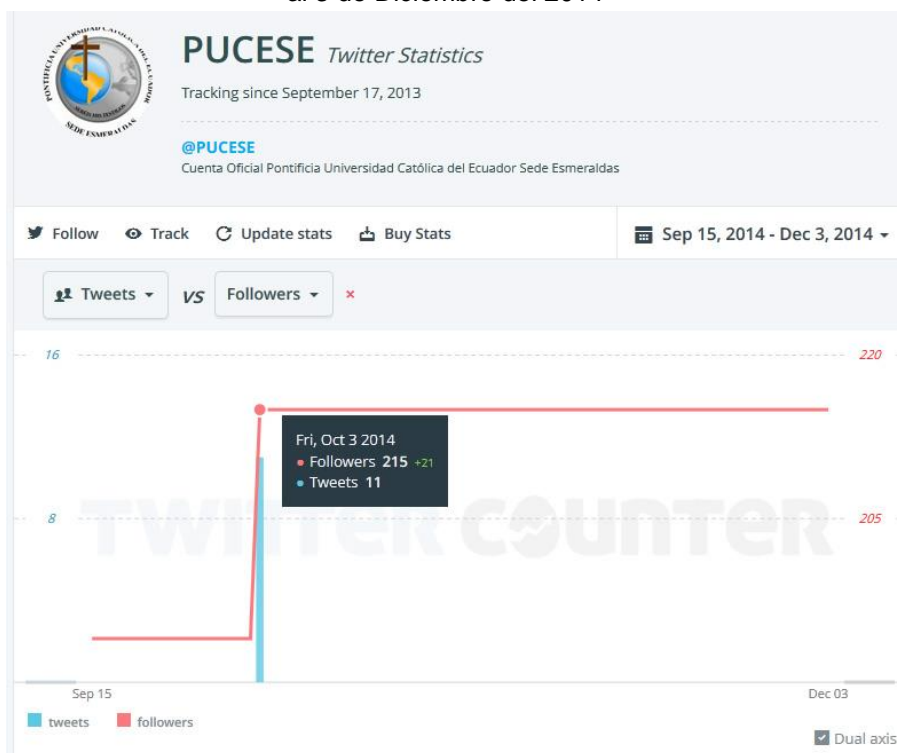
Tabla 4.3: Ratio de following/followers del Twitter PUCESE 2014

N	RATIO	VALORACIÓN
1	superior a 2, o inferior a 0.5	Receptas y difundes, pero no estás comunicando de forma adecuada
2	entre 0.5 y 2	Uso adecuado del Twitter
3	menor de 0.5	Imagen de autoridad. Expresas y los demás te escuchan.

Fuente: Mercé Perelló. Documentalista y gestora de redes sociales. Comunicación, KM y periodismo digital

Al hacer una comparación entre los Tweets vs Followers de la cuenta de Twitter oficial de la PUCESE, se determina que el período del 15 de septiembre al 3 de diciembre existió un incremento, que se reflejó de mayor manera el viernes 3 de octubre con 215 + 21 Followers y 11 tweets. (Ver gráfico 4.8)

Gráfico 4.8: Interacciones en la cuenta de Twitter oficial de la PUCESE del 15 de Septiembre al 3 de Diciembre del 2014



Fuente: Cristina Marmolejo/Twitter counter

4.10 INSTRUCTIVO DE FUNCIONAMIENTO

Las herramientas que integran al sistema de difusión son el correo electrónico institucional, implementado el Microsoft office 365, así como el Hootsuite como gestor de las redes sociales de Facebook y Twitter.

El primer paso consiste en conocer las estrategias de difusión, puesto que se establecen parámetros básicos para determinar la tipología de la información (Pública o Restringida) y por ende el medio coherente para su correcta distribución.

Desde el punto de vista de las herramientas tecnológicas, los responsables de la gestión de la información, solo deberían preocuparse en conocer sobre el uso del Hootsuite, puesto que el correo electrónico, el Facebook y el twitter institucional ya están implementados. Cabe recalcar que el prototipo para el sistema de gestión, fue implementado en la versión gratuita del Hootsuite, que tiene algunas restricciones de uso, tal como indica el manual del sistema (Ver anexo #5).

4.11 IMPACTOS

Para determinar los impactos se estableció un rango de evaluación para cada uno de los indicadores a través de una ponderación positiva o negativa, cuyo valor está dispuesto numéricamente del 3 al -3 y siguiendo el nivel de

incidencia, se obtendrá la valoración del impacto respectivo. La Ponderación del impacto conforme al rango descrito anteriormente corresponde a:

- Si el valor es -3 significa: Alto negativo
- Si el valor es -2 significa: Medio negativo
- Si el valor es -1 significa: Bajo negativo
- Si el valor es 0 significa: No hay impactos
- Si el valor es 1 significa: Bajo positivo
- Si el valor es 2 significa: Medio positivo
- Si el valor es 3 significa: Alto positivo

El nivel de impacto se obtiene mediante un proceso de cuantificación que se realiza a través de la sumatoria de los niveles de cada área y la se divide para el número de indicadores.

De manera complementaria a la valoración cuantitativa se realiza un breve análisis que argumenta el por qué se le asigna el valor a cada indicador. Finalmente, una vez analizadas todas las áreas, se construye una matriz de impactos general o global en la que, en vez de los indicadores se colocan las áreas analizadas con su valor o nivel de impacto, para de esta manera determinar el impacto general del proyecto.

Los niveles de impacto del presente estudio son evidenciados a través de la siguiente tabla:

Tabla 4.4 Niveles de impacto del diseño de un sistema integrado de gestión para la difusión de información institucional en la PUCESE.

NIVELES							
Indicadores / Niveles de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
TECNOLÓGICO							X
SOCIAL							X
CULTURAL							X
ECONÓMICO						X	
EDUCATIVO			X				
TOTAL:			-1			2	9

Fuente: Cristina Marmolejo

Nivel de impacto General= $10/5= 2$

Nivel de impacto: **Medio Positivo**

ANÁLISIS:

El impacto Tecnológico es de tipo alto positivo debido a la influencia directa que tienen las herramientas TIC para el desarrollo e implementación de la propuesta de difusión.

Desde el punto de vista del indicador Social, el impacto es alto positivo, puesto que las formas de comunicación actuales están enmarcadas en el uso de las redes sociales, que se han convertido en algo cotidiano y propio de lo que en estos días se conoce como la sociedad de la información. Éste indicador está directamente relacionado con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

El impacto cultural es alto positivo, ya que la difusión de las diversas manifestaciones de la humanidad están evolucionando a la par con las herramientas tecnológicas.

El impacto Económico se manifiesta en cierta medida en la reducción de costos operacionales, debido a que las herramientas TIC permiten mayor alcance con respecto a los medios de difusión convencionales, cuyos costos operativos son mayores y con menor alcance.

Finalmente, el impacto Educativo fue bajo negativo, debido a que el sistema tiene por objeto difundir información que no aporta específicamente a la formación de los estudiantes, sin embargo el sistema puede evolucionar de ser un ente difusor y convertirse en una herramienta complementaria del proceso educativo.

REFERENCIAS

Bibliografía:

- Aguirre, R. F. (2010). Comunicología General: Cosmología, Epistemología y Ontología Comunicológicas. Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina especializada en Comunicación(72).
- Árias, g. a. (Mayo_agosto de 2011). El profesor y el alumno en la Sociedad del Conocimiento.
- Bretones, M. T. (2008). los Medios de Comunicación de Masas: Desarrollo y Tipos. Artículo Investigativo Universitat de Barcelona, Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Celaya, J., & Herrera, P. (2007). Comunicación Empresarial 2.0 La función de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de comunicación empresarial. Grupo BPMO.
- Cobo, R. C. (2006). Organización de la información y su impacto en la usabilidad de las tecnologías interactivas. Tesis Doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat.
- De Aguilera, M. M., Faría, B. P., & Baraybar, F. A. (2010). La comunicación universitaria. Modelos, tendencias y herramientas para una buena relación con sus públicos. Icono14, revista de comunicación y tecnologías emergentes, 7.
- Encampira, A. R. (2013). Incorporación y uso de las TIC en las IES. educ@upn.mx(12).
- Fernández, F. B. (2007). Análisis de la aplicación de las tecnologías de la información en los procesos de comunicación interna de las universidades e la Comunidad Valenciana. Tesis Doctoral, Universitat Jaume I, Valencia.
- Freire, J., & Brunet, S. K. (2010). Políticas y prácticas para la construcción de una Universidad Digital. la Cuestión universitaria(6), 85-94.

- Gómez, M. A. (2007). La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: el uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas. Universidad de Málaga.
- Guzman, F. T. (2008). Las Tecnología de la Información y la Comunicación en la Universidad Autónoma de Querétaro: propuesta estretégica para su integración. Tesis Doctoral, Universitat Rovira i Virgili, Departamento de Pedagogía, Tarragona.
- Landa, M. L. (2002). Gestión de Documentos: el caso del consorcio SMS. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Léon, M. J., & Tapia, R. E. (enero de 2013). Educación con TIC para la sociedad del conocimiento. Revista Digital Universitaria, 14(1).
- Olivé, L. (2012). Hacia una sociedad del conocimi. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Filosóficas.
- Ossa, T. Á. (2011). Diseño y puesta en marcha de un sistema de comuicación interna, mediante le uso de las TICs en la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango. Caldas-Antioquia.
- Rizo, M. G. (2007). Un campo que se mira a si mismo. Acuerdos y desacuerdos en las reflexiones sobre el estatuto epistemológico de la comunicación. Razón y palabra, publicación bimestral de distintas universidades y centros de investigación de México y el mundo.(57).
- Rodríguez, R. P. (2006). Vinculación de la Sociedad de la. Universidad Autónoma del Estado de México, México.
- Rosario, J. (2005). La Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC). Su uso como herramienta para el fortalecimiento y el desarrollo de la educación virtual.
- San Millán, F. E., Blanco, J. F., & del Arco, P. J. (2008). Comunicación Corporativa 2.0 en la Universidad rey Juan Carlos.
- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. Revista Latina de Comunicación Social(63), 287 a 293.

- Díaz Pérez, M., Contreras, Y. d., & Rivero Amador, S. (2009). Características de los sistemas de información que permiten la gestión oportuna de la información y el conocimiento institucional. *ACIMED*. 2009; 20(5): 66-71.
- Guerrero, Enrique. (2010). el desarrollo de proyectos audiovisuales:adquisición y creación de formatos de entretenimietno. *comunicación y sociedad*, 37.
- Litwin, E. (2005). *Tecnologías educativas en*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Macias, Aguaded. (2008). *Televisión Universitaria y Servicio Público*. Comunicar # 31 Revista científica de Educomunicación, 681-689.
- Morales, R., & González, V. (2008). *Comunicación en las Organizaciones y TICs*. Temuco, Chile: Universidad de La Frontera.
- Reina Estévez, J., & Fernández Castillo, I. (2012). El Uso de las Redes Sociales en las Universidades Andaluzas: El Caso de Facebook y Twitter. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, II(4), 123-144.
- Samaniego, M. (2006). El Poder Educativo de la Televisión. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
- Sánchez, R. L. (2010). *revista de educación mediática y tic*. Edmetic, 4.
- Tatiana Bartolome, Jesus Herrero. (2006). *Sistema de Gestión de Contenidos y Visualización de*.
- Universidad de Huelva. (2011). *UniTV, canal de televisión de la Universidad de Huelva: hacia una TV universitaria de calidad*. Edmetic Revista de Educación Mediatica y TICS, 24.

ANEXOS

ANEXO # 1

ENTREVISTA JEFE DPTO. SISTEMAS

Le saludo cordialmente a la vez que solicito su colaboración en una breve entrevista que tiene por objeto recolectar información para el desarrollo de un estudio sobre el Uso de las TIC como medios de difusión en las instituciones de Educación Superior. De antemano se agradece su colaboración.

HARDWARE

1. Número de Computadores de la universidad con servicio de internet
2. Existen otros dispositivos electrónicos institucionales

SOFTWARE

1. La universidad posee un sitio web? Tiene espacios para foros, chats, blogs?
2. Existen aplicaciones destinadas para dispositivos electrónicos sobre la universidad?
3. Todo el personal de la institución posee una cuenta de correo institucional?
4. Los estudiantes poseen una cuenta de correo institucional?

REDES

1. Qué tipo de redes posee la Universidad?
2. Existe acceso a redes inalámbricas?
3. Existen redes sociales institucionales?

ANEXO # 2

ENTREVISTA JEFE DPTO. RELACIONES PÚBLICAS

Le saludo cordialmente a la vez que solicito su colaboración en una breve entrevista que tiene por objeto recolectar información para el desarrollo de un estudio sobre el Uso de las TIC como medios de difusión en las instituciones de Educación Superior. De antemano se agradece su colaboración.

ORIGEN DE LA INFORMACIÓN

1. Qué se considera como Información Institucional?
- 2.Cuál es el área o áreas que generan Información Institucional?
- 3.Cuál es el departamento encargado de la comunicación en la Universidad? ¿Cuántas personas lo integran y cómo está estructurado?

GESTION DE LA INFORMACIÓN

4. Quién es el responsable de gestionar la Información Institucional?
- 5.Cuál es el esquema de gestión de la Información Institucional?
6. Qué mecanismos de comunicación tiene la universidad para hacer llegar a sus miembros información de interés interno (comunicados, actas, informes, reglamentos, resoluciones, capacitaciones, notificaciones, etc.)
7. Qué medios se utilizan actualmente para difundir información institucional (impresos, Digitales)?
8. Existen políticas de comunicación Institucional interna-externa?
9. La universidad cuenta con un plan de comunicación?

10. La universidad cuenta con una Manual de Identidad corporativa? Es aplicado en la comunicación interna-externa?
11. Cuenta la universidad con una publicación impresa propia? Número de ejemplares? Distribución? Periodicidad? Tamaño? Número de páginas?
12. Realiza la universidad una memoria anual? Número de ejemplares? Distribución?
13. Tiene video corporativo? ¿cada cuánto se actualiza? Cuáles son los procedimientos de difusión?
14. Cuáles son los medios de comunicación masiva que posee la institución? (radio, TV, periódico, boletín)

DESTINO DE LA INFORMACIÓN

15. A qué tipo de receptores (usuarios) se destina la información Institucional?
16. Existe una clasificación de la Información Institucional?
17. Existen algún sistema para establecer qué tipo de información institucional va destinada a cada receptor (usuario)?
18. Se ha determinado el medio e información institucional más utilizado de acuerdo al tipo de receptor(usuario)

ANEXO # 3



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

Sede Esmeraldas

direccion.comercio@pucese.edu.ec

Ext. 122

ESCUELA COMERCIO EXTERIOR

MEMORÁNDUM

NºCE-2014-183

PARA : Ing. Erika Quintero
JEFE DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

COPIA : Ing. Susana Patiño
JEFE DEPARTAMENTO DE TICS

DE : Lic. Cristina Marmolejo Cueva
ESCUELA DISEÑO GRÁFICO

ASUNTO : Autorización

FECHA : Miércoles, 22 octubre 2014

Solicitó a usted, se sirva autorizar, implementar temporalmente un sistema que unifica **FACEBOOK, TWITER Y OUTLOOK**, por el lapso de 2 semanas con el objetivo de poder avanzar con el desarrollo de mi tesis de maestría y validar la misma.

Sin otro particular, me permito suscribirme.

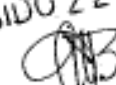
Atentamente,


Lic. Cristina Marmolejo Cueva
ESTUDIANTE DE MAESTRÍA

/mcc




22/10/2014

RECIBIDO 22 OCT 2014
 11:43

ANEXO # 4



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS

jefatura.republicas@pucese.edu.ec

Ext. 107

Memorando 0188

Para: Lic. Cristina Marmolejo- Directora Escuela de Diseño Gráfico

De: Ing. Erika Quintero – Jefa de Relaciones Públicas

Fecha: 04 de noviembre de 2014

Asunto: Respuesta solicitud Memorandum No. CE-2014-183

Dando contestación al Memorandum No. CE-2014-183, enviado por usted, con fecha 22 de octubre/14, respecto a la solicitud, le comunico que una vez realizada la consulta con el Departamento de Sistemas, si es posible implementar un sistema que unifique las redes sociales y el correo institucional para que usted pueda avanzar con su tesis, de hecho es algo que habíamos pensado implementar en este semestre, aunque no de manera temporal.

Erika Quintero Cortez



Relaciones Públicas

Verduco
04-11-14
11:55

ANEXO # 5

Tutorial básico Hootsuite PUCESE:

1. El prototipo se implementó con la versión gratuita que tiene algunas herramientas básicas para la gestión de hasta 5 redes sociales.

The screenshot shows the Hootsuite pricing page with the following table of plans:

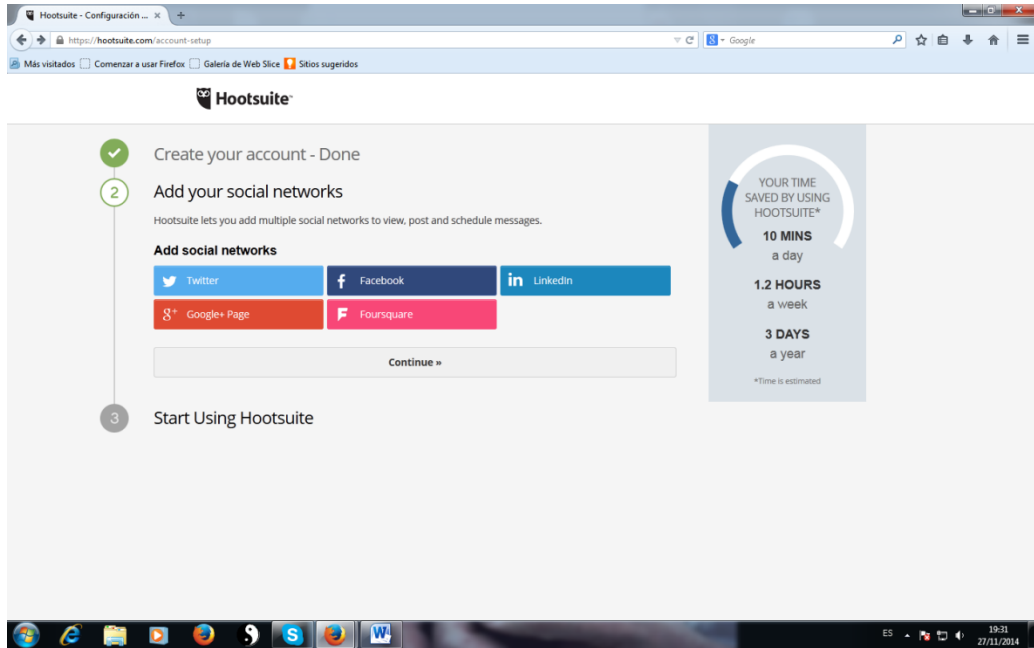
	Gratis	Pro	Empresas
	Perfecta para: Uso personal	Perfecta para: Empresas (desde \$8.99/mes)	Perfecta para: Empresas, organizaciones, gobiernos
	Comienza ahora mismo	Comienza ahora mismo	Comienza ahora mismo
Perfiles sociales	Hasta 3	50 incluidos, hasta 100	Sin límites
Informes analíticos mejorados	Básico	1 incluido, hasta 10	Sin límites
Programación de mensajes	Básico	Avanzada	Avanzada
Miembros de equipo	Ninguno	1 incluido, hasta 9.	Sin límites
Integraciones de apps	Básico	Básico	Sin límites
RSS	Hasta 2	Sin límites	Sin límites
Hootsuite University	Opcional	Opcional	Incluida
uberVU	?	Opcional	Opcional
Seguridad	?	Incluida	Avanzada
URL personalizadas	?	Opcional	Opcional
Archivado de mensajes	?	100 incluidos, hasta 100.000	Sin límites
Soporte técnico mejorado	?	Opcional	?

2. El siguiente paso fue registrarse como usuario

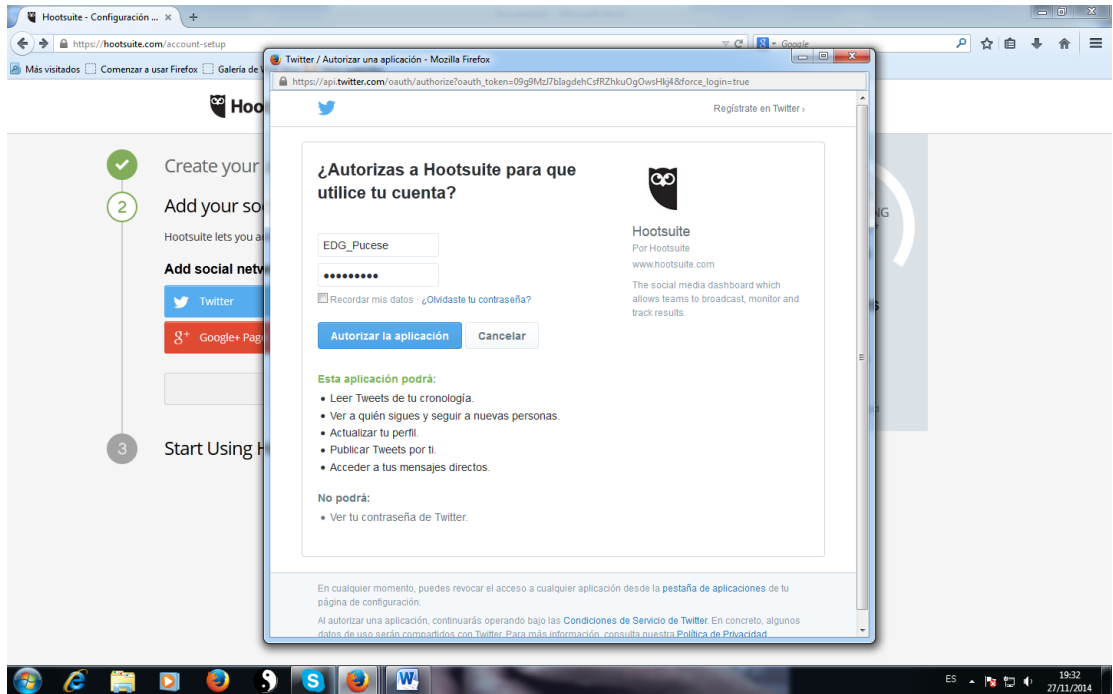
The screenshot shows the Hootsuite registration page with the following details:

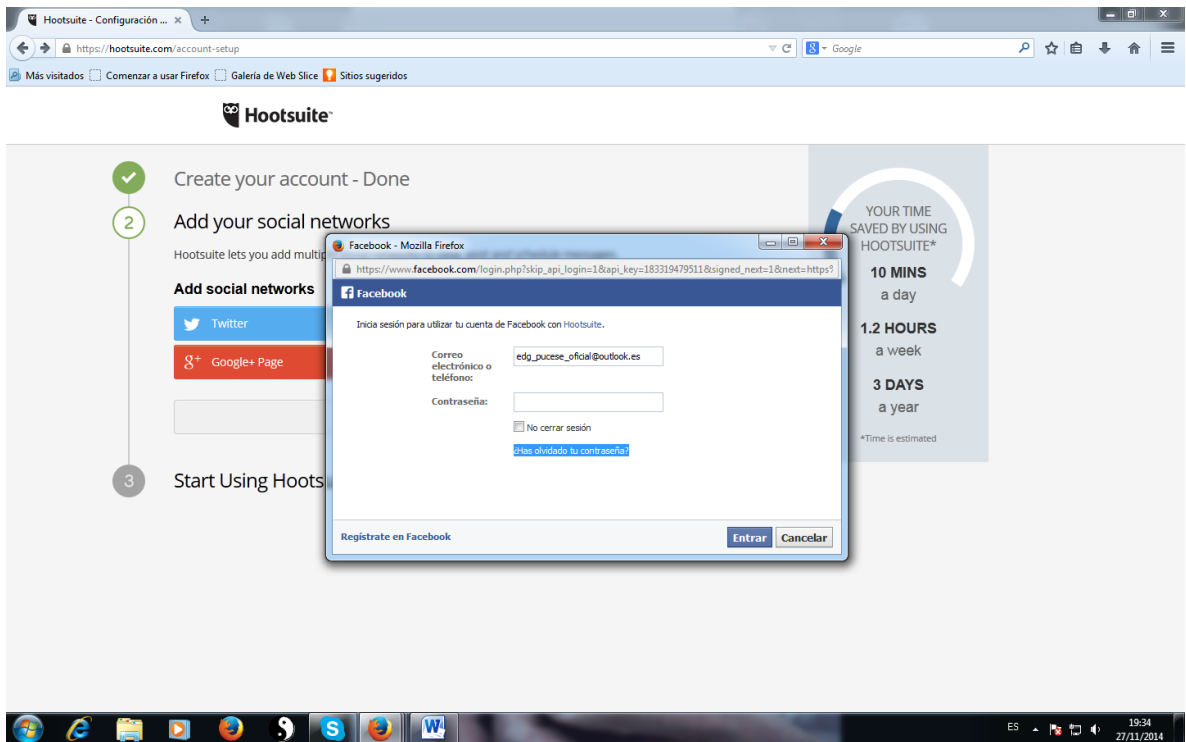
- Progress bar: 1. Crea tu cuenta (active), 2. Conecta redes sociales, 3. Comenzar a utilizar Hootsuite
- Message: Te quedan sólo 60 segundos para crear tu nueva cuenta de Hootsuite.
- Plan seleccionado: Free
- Form fields: Dirección de email, difusión por correo, Password (masked), (GMT-5) America/Guayaquil
- Checkboxes: Tienes un código de promoción?
- Text: He leído y estoy de acuerdo con [Condiciones de uso](#)
- Button: [Crear cuenta](#)
- Benefits box: **Con el plan gratuito de Hootsuite recibes:**
 - ✓ 3 Redes sociales
 - ✓ Directorio de Apps
 - ✓ Programación de mensajes
 - ✓ Borradores de mensajes
 - ✓ Búsqueda de Facebook/Twitter
 - ✓ Informes rápidos

3. A continuación se escogen las redes sociales que serán administradas, en este caso el Facebook y el twitter institucional. Es importante aclarar que el Hootsuite permite posteriormente autorizar otras redes sociales de ser necesario.

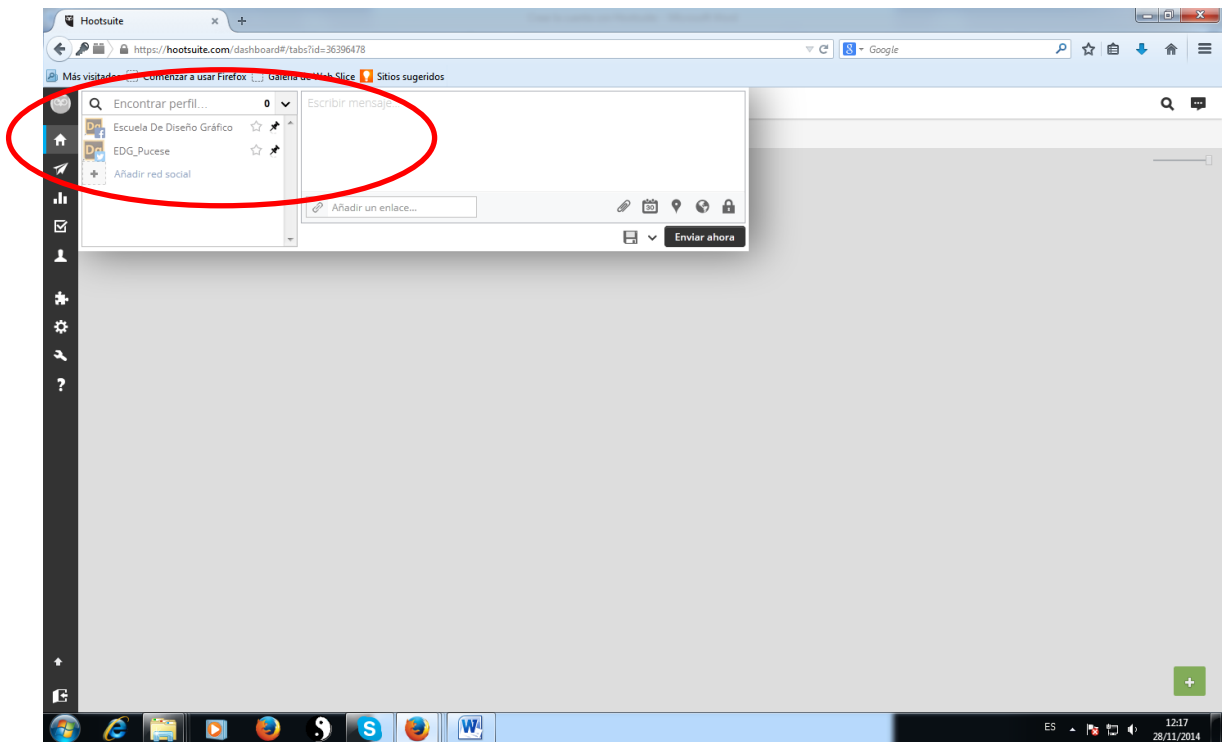


4. Al seleccionar las redes sociales aparece una ventana emergente solicitando el permiso para que el Hootsuite tenga acceso a la cuenta.

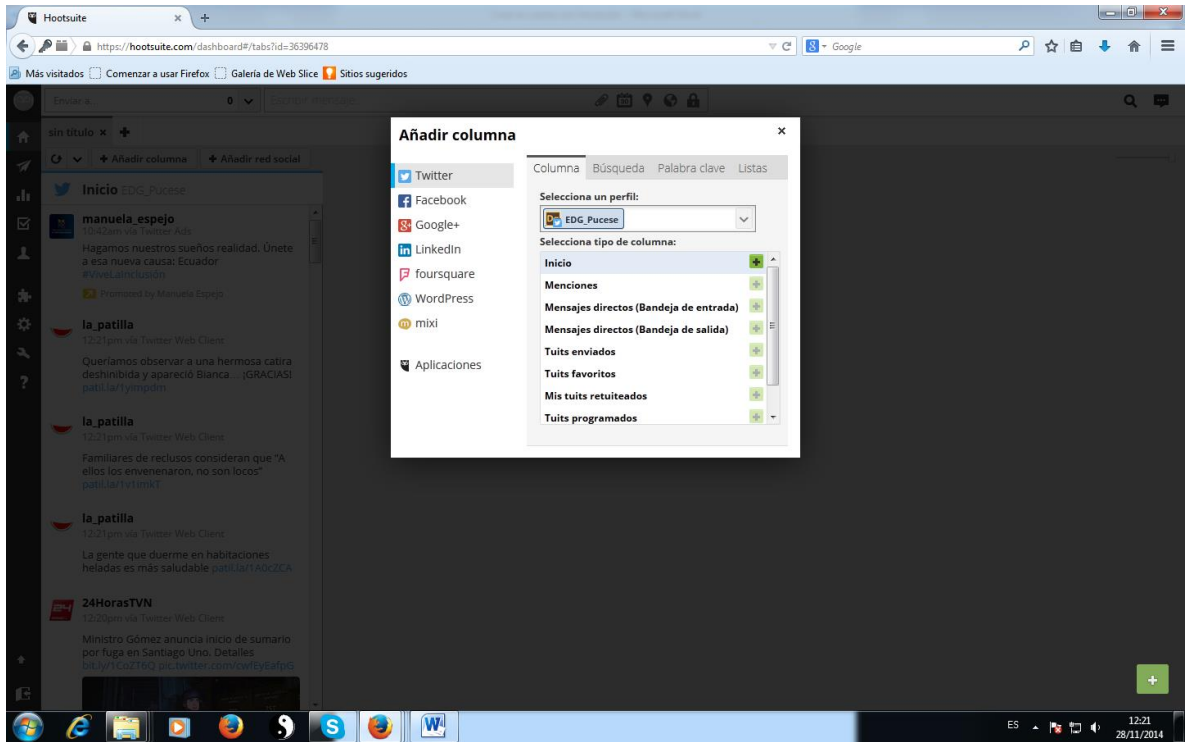




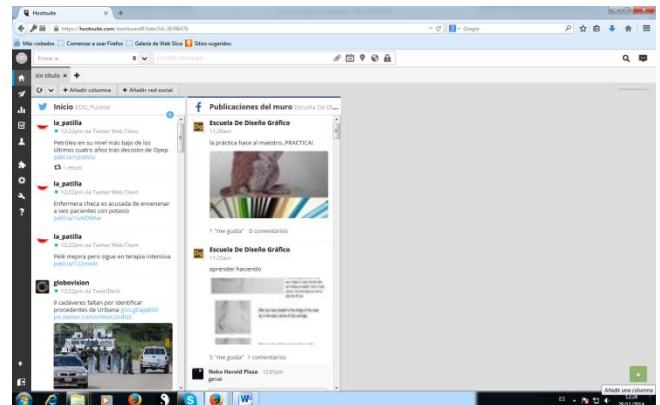
5. Dentro de la interfaz del programa, se localizan las redes sociales activadas, en este caso el Facebook y el twitter institucionales

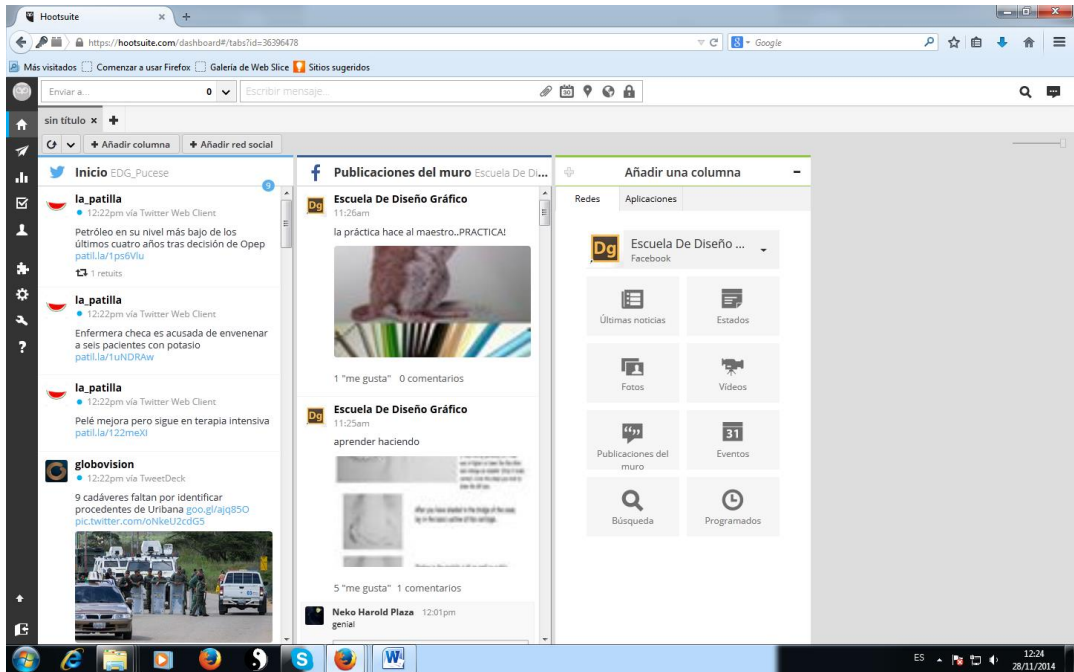


6. Seleccionamos una de las redes sociales y asignamos una columna, con el atributo(s) que el responsable de la gestión de la difusión considere pertinente. Es importante aclarar que el sistema permite la posibilidad de añadir y eliminar columnas de los distintos atributos de cada red social.

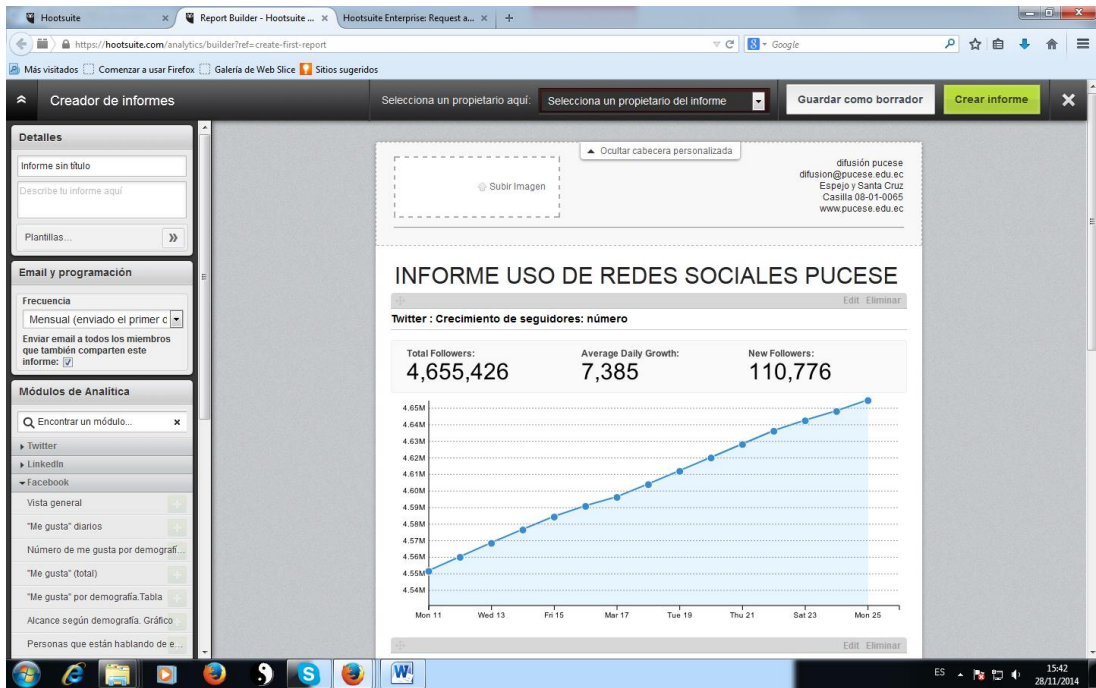


7. Una vez que se tienen las ventanas de control de las distintas redes sociales (en nuestro caso Facebook y Twitter), se pueden aplicar cualquiera de las herramientas que se presentan en el menú principal, ubicado en el lado izquierdo del programa.





- En la cuenta de Hootsuite llamada Difusión, se podrá visualizar al mismo tiempo el muro de Facebook y la ventana de inicio de twitter. El gestor da la posibilidad de publicar el mismo mensaje en ambas plataformas.



- Una de las herramientas que vale la pena destacar dentro del Hootsuite es el creador de informes, ya que permite conocer la interacción de los usuarios con las redes sociales, sin embargo para tener acceso a todos los beneficios de esta opción es necesario crear la cuenta en versión institucional, que ya tiene un costo.

ANEXO # 6

Tutorial sobre **RESPUESTAS AUTOMÁTICAS** en Microsoft Office 365:


(Antes Asistente para fuera de oficina)

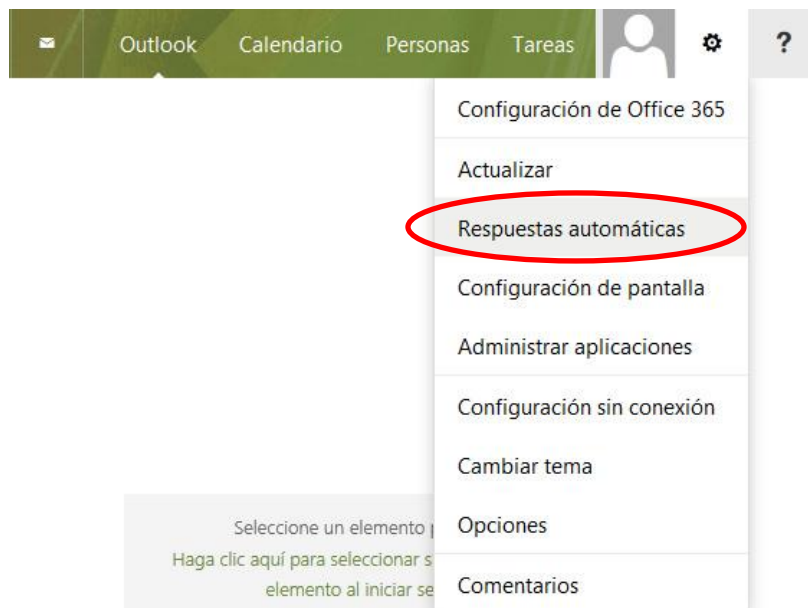
Este tema muestra cómo usar la pestaña Outlook Web App. Use las respuestas automáticas siempre que desee comunicar a las personas que le envían correos electrónicos que no va a responder directamente a sus mensajes. Cuando las active, se enviará una respuesta automática a cada remitente.

Si tiene una cuenta de correo electrónico basada en Microsoft Exchange, por ejemplo, una Microsoft Office 365 cuenta profesional o educativa, y usa Outlook y Outlook Web App, puede usar cualquiera de ellas para administrar sus respuestas automáticas. Para obtener información acerca de cómo configurar las respuestas automáticas en Outlook, consulte [Responder automáticamente los mensajes de correo electrónico con una cuenta de Exchange Server](#).


Configurar una respuesta automática

Para activar o modificar las respuestas automáticas, realice lo siguiente:

- | |
|--|
| 1. Inicie sesión en Outlook Web App. Para obtener ayuda acerca de cómo iniciar sesión, consulte Inicio de sesión en Outlook Web App . |
| 2. En la parte superior de la página, seleccione Outlook (o Correo). O bien, seleccione el iniciador de aplicaciones y, a continuación, seleccione Outlook . |
| 3. En la parte superior de la página, seleccione Configuración  > Configurar respuestas automáticas . |



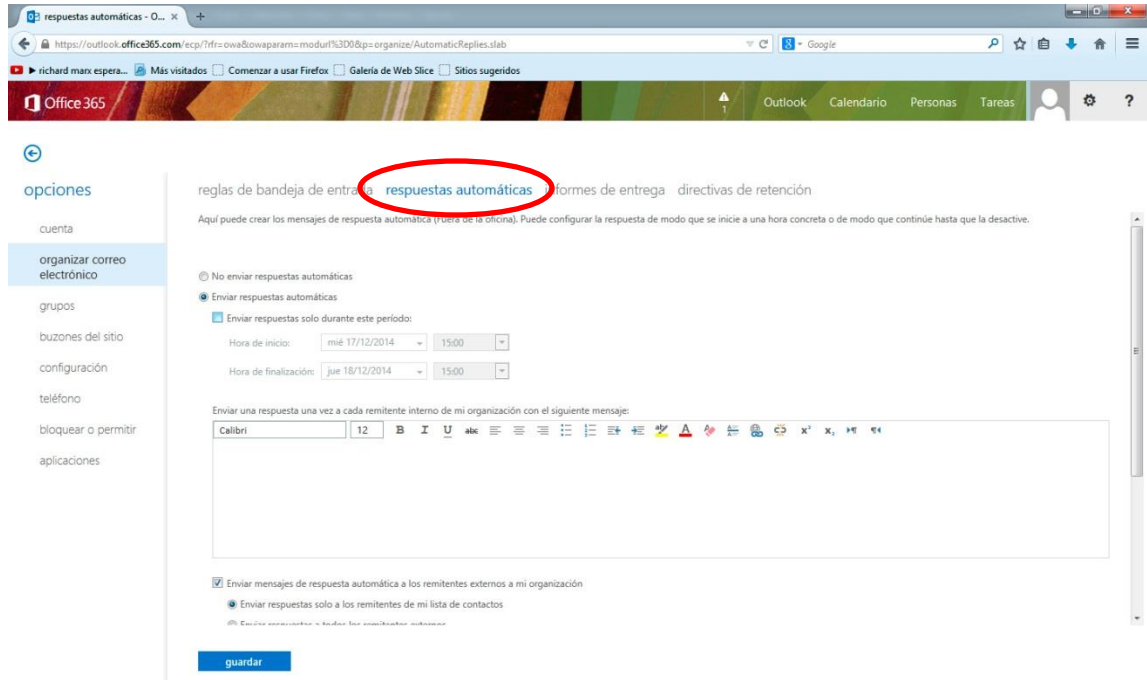
Nota La configuración también se encuentra en las opciones de Outlook Web App.

En la parte superior de la página, seleccione **Configuración**  > **Opciones**. En **Opciones**, seleccione **Organizar correo electrónico** > **Respuestas automáticas**. O bien, en **Opciones**, en **Correo** > **Procesamiento automático**, seleccione **Respuestas automáticas**.

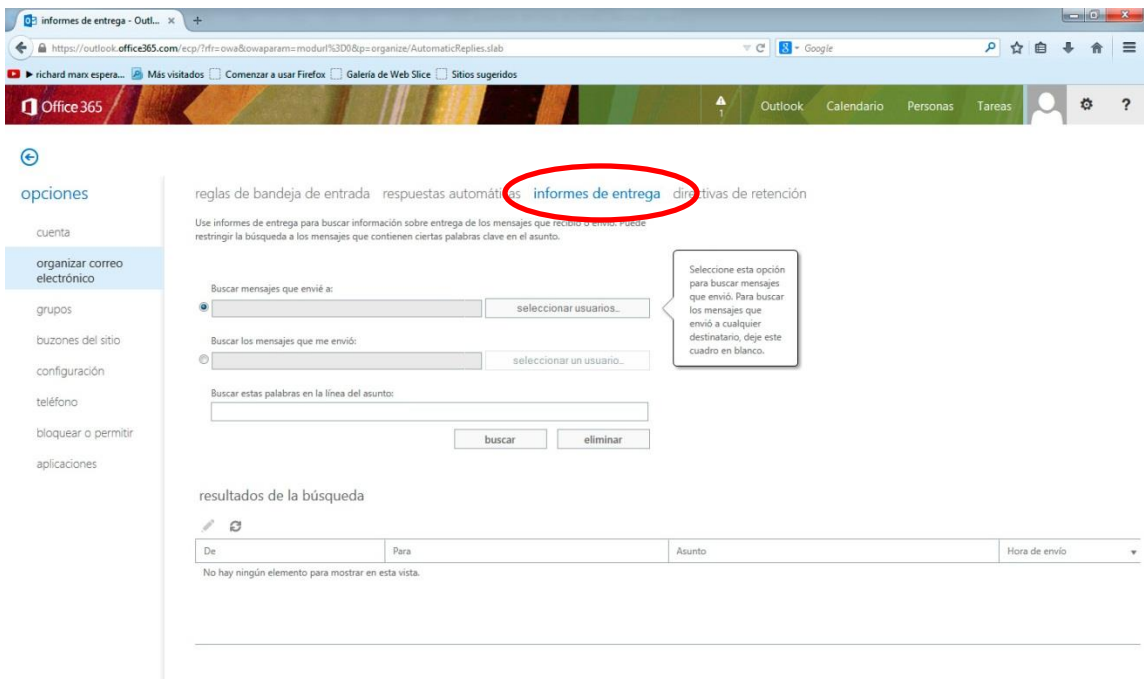
Use la información siguiente para configurar el correo.

Opción de configuración	Descripción
No enviar respuestas automáticas	Seleccione esta opción para desactivar las respuestas automáticas.
Enviar respuestas automáticas	Seleccione esta opción para activar las respuestas automáticas.
Enviar respuestas solo durante este período	Active esta casilla y escriba una hora de inicio y finalización para controlar cuándo deben enviarse las respuestas automáticas. Si no especifica ningún período, la respuesta automática se mantendrá activada hasta que la desactive y, siempre que inicie sesión en el buzón, se le recordará que tiene activadas las respuestas automáticas.
Enviar una respuesta una vez a cada remitente que pertenezca a la organización con el siguiente mensaje:	Use este cuadro para crear un mensaje que se enviará solo a los remitentes de su organización. Es posible que esta opción no se encuentre disponible.
Enviar mensajes de respuesta automática a remitentes ajenos a mi organización	Active esta casilla si desea que las respuestas automáticas se envíen a remitentes externos a su organización.
Enviar respuestas solo a los remitentes de mi lista de contactos	Active esta opción para limitar las respuestas automáticas a los remitentes que se encuentran incluidos en la carpeta Contactos (los remitentes que no lo estén no recibirán la respuesta automática).
Responder a todos los remitentes ajenos a mi organización	Active esta opción para enviar una respuesta a todos los remitentes externos a su organización.
Enviar una respuesta una vez a cada remitente que no pertenezca a la organización con el siguiente mensaje:	Si ha activado la opción para Enviar mensajes de respuesta automática a los remitentes externos a su organización , escriba en este cuadro la respuesta que desea enviarles.

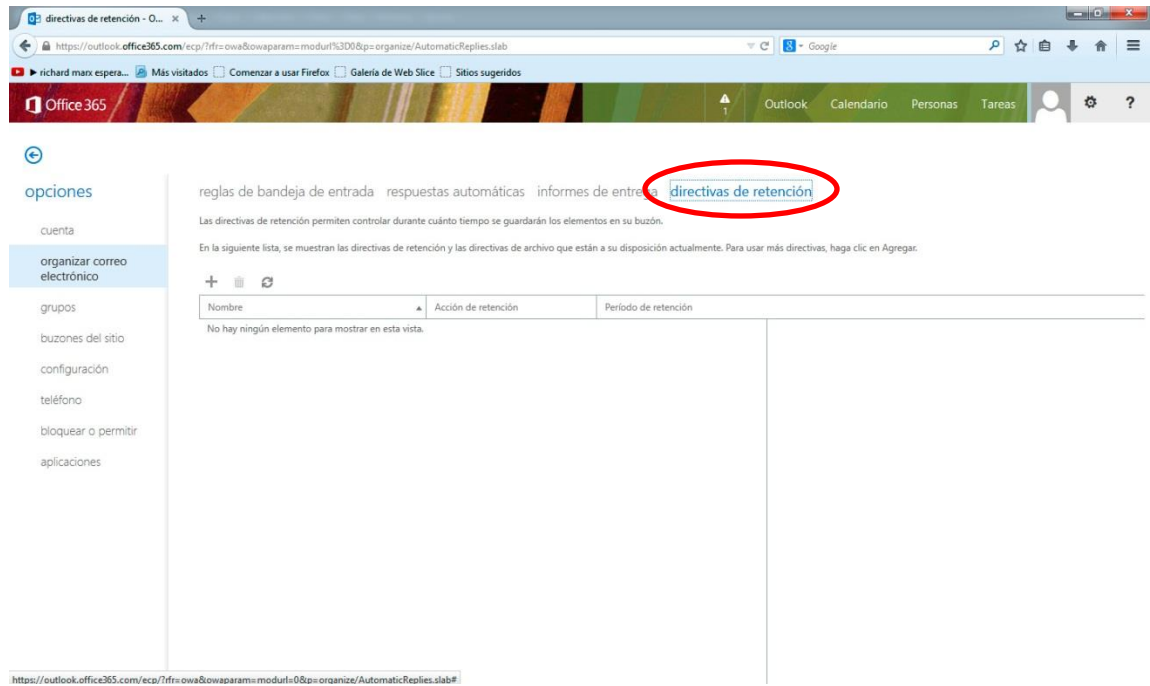
En la pestaña de **respuestas automáticas** existen una serie de acciones que permiten programar el periodo de tiempo en que se enviarán las respuestas automáticas. De igual manera espacio de texto para ingresar el mensaje posteriormente automatizado.



Otro atributo importantes del Microsoft office 365 para la gestión de mensajes son los **informes de entrega**



Lo mismo ocurre con las Directivas de Retención



Se puede conseguir más información al respecto en la ayuda de Microsoft office 365, o en su sitio oficial en línea.

ANEXO # 7

ENCUESTA POBLACIÓN UNIVERSITARIA

MEDIOS DE DIFUSIÓN EN LAS IES (Instituciones de Educación Superior)

MEJOREMOS LA COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD

Le saludo cordialmente a la vez que solicito su colaboración en una breve encuesta que tiene por objeto recolectar información para un estudio sobre el Uso de las TIC como medios de difusión en las instituciones de Educación Superior. De antemano se agradece su colaboración.

1. Usted forma parte de la Universidad como:

- Administrativo
- Docente
- Estudiante
- Auxiliar de servicio

2. ¿Qué tipo de información es más relevante para usted como parte de la Universidad?

- Información Académica
- Información Administrativa
- Información Cultural
- Información Deportiva
- Otros

3. Cuando usted necesita difundir información institucional que medio físico utiliza?

- Documentos Impresos
- Carteleras
- Revista Universitaria
- Boletín Informativo
- Publicación Anual
- Otros

4. Cuando usted necesita difundir información institucional que medio digital utiliza?

- Correo Electrónico
- Sitio Web

- Pantalla de TV institucional
- Redes sociales institucionales
- Otros

5. ¿A través de qué medios usted percibe mejor la información institucional?

- Medios Físicos (cartelera, documentos, afiches)
- Medios Digitales (Correo electrónico, Web institucional, TV)

6. ¿Qué herramienta Tecnológica usted utiliza habitualmente para obtener información de las actividades universitarias?

- Correo Electrónico
- Página Web
- Redes Sociales Institucionales
- Publicaciones Digitales
- Otros

7. ¿Con qué frecuencia utiliza la cuenta de correo electrónico proporcionado por la universidad?

- Siempre
- Ocasionalmente
- Nunca
- No tiene

8. ¿Con qué frecuencia utiliza su cuenta de correo electrónico personal?

- Siempre
- Ocasionalmente
- Nunca
- No tiene
- Otros

9.Cuál es el dispositivo electrónico que usted más utiliza para acceder a información de la Universidad?

- Teléfono Inteligente
- Computador de escritorio
- Computador Portátil
- Tablet
- Otro

10. De qué Red(es) social(es) usted es usuario?

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Myspace
- Google+
- DevianArt
- Ninguna
- Otra

11. ¿A través de que medio usted accede al servicio de Internet dentro de la Universidad?

- Computador de la universidad
- Wifi de la universidad
- Proveedor personal de Internet

12. ¿A través de que medio usted accede al servicio de Internet fuera de la Universidad?

- Teléfono Inteligente
- Tablet
- Computador Personal
- Cyber-café
- Wifi

13. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de internet?

- de 1 a 3 horas diarias
- de 3 a 6 horas diarias
- de 6 a más horas diarias

ANEXO # 8

Cuadro N° 4 – Presupuesto Inicial: Utilización según área
Año 2013
(Cifras en Miles de Dólares)

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN E INVERSIÓN PUCESE 2013		
Dirección General	1.018.964,32	17,42%
Acreditación y Evaluación	25.445,01	0,44%
Centro de Investigación	563.472,46	9,64%
Publicaciones	76.431,59	1,31%
Pastoral	39.258,40	0,67%
Bienestar Universitario	264.407,01	4,52%
Estudia @	54.965,99	0,94%
CECAMECÓN	61.253,92	1,05%
Casa Santa Cruz	36.480,00	0,62%
Posgrado	212.933,31	3,64%