



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
FACULTAD DE POSTGRADO

**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE
SERVICIOS**

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN SOBRE LA NUEVA LEY DE
EDUCACIÓN SUPERIOR, PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DE
CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS DE LA UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA SALESIANA DE GUAYAQUIL**

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PREVIO A OPTAR POR EL
GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE
EMPRESAS DE SERVICIOS**

**MAESTRANTE
CHRISTIAN GUERRA VILLALTA**

**TUTOR
ING. CÉSAR ESPINOZA SAMANIEGO, MBA
SAMBORONDÓN, MARZO 2015**

DEDICATORIA

Dedico esta tesis sinceramente:

A todos aquellos que en este proceso colaboraron de una u otra manera para hacer posible estos estudios de maestría. Primeramente a Dios por la sabiduría que me brinda, a mi esposa y mi hija que han sido mi pilar fundamental para que pueda avanzar en mi camino profesional, a mis docentes que con sus conocimientos aportaron a mi formación para luego impartirla a mis alumnos, por último a los directivos de la Universidad Politécnica Salesiana, quienes me apoyaron para realizar mis estudios.

CHRISTIAN GUERRA VILLALTA

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a Dios, por iluminarme y darme sabiduría para poder culminar esta fase de mi carrera profesional.

Gracias a mi esposa y mi hija por el apoyo y la paciencia durante estos años dedicados a mis estudios de maestría.

Gracias al Padre Javier Herrán y al Ec. Andrés Bayolo por el apoyo brindado para la realización de mis estudios.

Por último quiero agradecer a mi tutor y docente Msc. César Espinoza por su aporte en las materias que dictó en esta maestría y por su apoyo brindado en este trabajo de tesis

CHRISTIAN GUERRA VILLALTA

CERTIFICACION INICIAL DE APROBACION DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del estudiante Christian Guerra Villalta, que cursa estudios en el programa de cuarto nivel: Maestría en Dirección y Gestión de empresas de servicios, dictado en la Facultad de Postgrado Online de la UESS.

CERTIFICO

Tutor:

Samborondón,

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
CERTIFICACION INICIAL DE APROBACION DEL TUTOR.....	4
TABLA DE CONTENIDO	5
INDICE DE FIGURAS.....	10
INDICE DE TABLAS.....	12
INDICE DE ANEXOS.....	14
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I.....	19
1 ANTECEDENTES	19
1.1 Descripción del problema	21
1.2 Alcance de la investigación y delimitación del objeto de la investigación	24
1.3 Justificación	25
1.4 Objetivos de la investigación	26
CAPÍTULO II.....	27
2 MARCO TEÓRICO	27
2.1 Antecedentes de la ley de educación superior vigente.....	27
2.2 Análisis de la ley orgánica de educación superior.....	31

2.2.1 Nudos críticos de la aplicación de la LOES en la Universidad Politécnica Salesiana.	36
2.2.2 Nudos críticos relacionados con los estudiantes	38
2.2.3 Nudos críticos vinculados con docentes y administrativos	43
2.3 Satisfacción del cliente	49
2.4 Recorrido por el concepto de satisfacción	51
2.5 Comunicación Organizacional	54
Definición	54
Comunicación y satisfacción	54
Canales de comunicación	55
2.6 Estilos de comunicación	58
Los rumores	59
Comunicaciones electrónicas	60
Redes sociales	61
Videoconferencias	61
2.7 Políticas de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana	61
2.8 Análisis de la situación actual de comunicación y cultura de la UPS Guayaquil.	62
2.9 Organigrama de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana	63
2.10 Editorial Universitaria Abya Yala	68
Editor general	69

Editor de revista	69
2.11 FODA de comunicación de la UPS frente a la aplicación de la LOES 70	
Fortalezas.....	70
Oportunidades	70
Amenazas.....	70
Debilidades	71
2.12 Procesos claves de la UPS.	71
Procesos de comunicación.	73
CAPÍTULO III.....	78
3 METODOLOGÍA.....	78
3.1 Marco metodológico	78
3.2 Novedad y viabilidad de la investigación	79
3.3 Elección del diseño de investigación.....	79
3.4 Selección y determinación de la muestra	80
3.5 Identificación de variables e indicadores.....	82
3.6 Matriz de operacionalización de variables.....	82
3.7 Instrumentos de recolección de datos.....	84
3.8 Técnicas de investigación y pasos a utilizar.....	84
CAPITULO IV	85
4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.	
85	

4.1	Análisis de los medios de comunicación institucionales.	85
	Página Web.	85
	Correo	87
	Redes sociales	87
	NotiUPS	93
	Carteleras	94
	UpsChannel	95
	Publicaciones	95
4.2	Análisis de procesos de comunicación institucional.	96
	4.2.1 Procesos de la secretaria técnica de comunicación.	97
	4.2.2 Procesos de la dirección técnica de comunicación.	98
4.3	Análisis de los resultados de encuestas a estudiantes, docentes y personal administrativo.	99
4.4	Resultados obtenidos de la entrevista a expertos	117
4.5	Conclusiones	119
CAPITULO V		121
5	LA PROPUESTA	121
	5.1 Titulo	121
	5.2 Justificación	121
	5.3 Fundamentación	121
	5.4 Objetivos	123
	5.4.1 Objetivo General	123

5.4.2	Objetivos Específicos.....	123
5.5	Importancia	123
5.6	Propuesta	124
5.6.1	Separar comunicación y cultura	124
5.6.2	Creación del consejo de comunicación.....	124
5.6.3	Centro de copiado e impresiones profesionales.....	125
5.6.4	Posicionamiento de medios a distintos targets.....	127
5.6.5	Red de conocimiento (Alianza redes de esparcimiento).	128
5.6.6	Integración de Facebook.	130
5.6.7	Twitter de especialidad.	131
5.6.8	Campaña de comunicación publicitaria.....	132
5.7	Factibilidad Financiera.....	132
5.8	Talento Humano/Factibilidad Social	133
5.9	Factibilidad Operativa	133
5.10	Impacto	133
5.10.1	Mejorar la comunicación de aspectos relevantes.....	134
5.10.2	Conocimiento de los cambios acorde a la ley y mejora de las percepciones por parte de clientes internos y externos, para elevar su satisfacción.	135
5.10.3	Optimización de recursos institucionales	136
5.11	Evaluación.....	138
5.12	Elementos organizativos administrativos	139

5.12.1	Cronograma	139
5.12.2	Presupuesto.....	141
CAPITULO VI.....		142
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	142
6.1	Conclusiones.....	142
6.2	Recomendaciones.....	144
Bibliografía		146
ANEXOS		151

INDICE DE FIGURAS.

Figura# 1:	Gráfico Transformaciones en la educación superior.....	30
<i>Figura# 2:</i>	<i>Gráfico de canales de información</i>	<i>56</i>
Figura# 3:	Diagrama del organigrama de comunicación de la UPS...	64
Figura# 4:	Diagrama del organigrama de comunicación de la UPS Guayaquil	67
Figura# 5:	Gráfico mapa de procesos de la UPS.....	72
Figura# 6:	Fotografía de Página Web de la universidad	85
Figura# 7:	Fotografía Correo institucional de la UPS	87
Figura# 8:	Fotografía de búsqueda de la cuenta de Facebook de la UPS	88
Figura# 9:	Fotografía de cuenta de Facebook de la Universidad Salesiana de Guayaquil.....	89

Figura# 10: Fotografía Contenido e interacciones de Facebook.....	90
Figura# 11: Fotografía Cuentas de Facebook de instancias universitarias de la UPS Guayaquil.....	91
Figura# 12: Fotografía cuenta Twitter de la UPS.....	92
Figura# 13: Fotografía noticias de la cuenta Twitter de la UPS.	92
Figura# 14: Fotografía página del NotiUPS	93
Figura# 15: Fotografía Carteleras de la UPS Guayaquil.	94
Figura# 16: Fotografía Canal de YouTube del Ups Channel.....	95
Figura# 17: Fotografía Publicaciones Universitarias	96
Figura# 18: Gráfico Conocimiento de los cambios.....	99
Figura# 19: Gráfico percepción de los cambios.....	101
Figura# 20: Gráfico percepciones estudiantes de pregrado.	102
Figura# 21: Gráfico percepciones estudiantes de Postgrado.	103
Figura# 22: Gráfico categoría de la UPS.....	104
Figura# 23: Gráfico calificación extensión UPS Guayaquil.....	105
Figura# 24: Gráfico difusión de los cambios por parte de la UPS. ...	107
Figura# 25: Gráfico grado académico actual de docentes.	108
Figura# 26: Gráfico difusión de salarios.....	108
Figura# 27: Gráfico vías comunicación salarios.....	109
Figura# 28: Gráfico conocimiento escalafón docente.	110
Figura# 29: Gráfico incidencia de los cambios en el trabajo del personal	111

Figura# 30: Gráfico importancia del trabajo para acreditación.....	112
Figura# 31: Gráfico vías de difusión de los cambios.....	113
Figura# 32: Gráfico uso de medios pregrado.....	114
Figura# 33: Gráfico uso de medios postgrado	115
Figura# 34: Gráfico uso de medios docentes.....	116
Figura# 35: Gráfico Uso de medios administrativos.....	117
Figura# 36: Fotografía Universidad Salesiana de Guayaquil	122

INDICE DE TABLAS.

Tabla# 1	23
Tabla# 2.....	46
Tabla# 3.....	48
Tabla# 4.....	82
Tabla # 5.....	83
Tabla# 6.....	100
Tabla # 7.....	127
Tabla# 8.....	139
Tabla # 9.....	141
Tabla# 10.....	170
Tabla# 11.....	171

Tabla# 12	171
Tabla# 13	172
Tabla# 14	172
Tabla# 15	173
Tabla# 16	174
Tabla# 17	174
Tabla# 18	176
Tabla# 19	176
Tabla# 20	177
Tabla# 21	179
Tabla# 22	182
Tabla# 23	185
Tabla# 24	186
Tabla# 25	187
Tabla# 26	188
Tabla# 27	188
Tabla# 28	189
Tabla# 29	190
Tabla# 30	190
Tabla# 31	190
Tabla # 32	191

Tabla# 33	191
Tabla# 34	191
Tabla# 35	192
Tabla# 36	192
Tabla# 37	192
Tabla # 38	193
Tabla# 39	194
Tabla# 40	194
Tabla# 41	195
Tabla# 42	196
Tabla# 43	197
Tabla# 44	198

INDICE DE ANEXOS.

Anexo 1: ENCUESTA A ESTUDIANTES DE PREGRADO	152
Anexo 2: ENCUESTA A ESTUDIANTES DE POSTGRADO	155
Anexo 3: ENCUESTA A DOCENTES	158
Anexo 4: ENCUESTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO	161
Anexo 5: ENTREVISTA A LCDA. KARINA HIDALGO	164
Anexo 6: ENTREVISTA AL ING. WALTER MÁRQUEZ	165

Anexo 7: FICHA DE OBSERVACIÓN DE MEDIOS	166
Anexo 8: PRESUPUESTO DE SERVICIOS.	168
Anexo 9: PROCESOS CLAVES DE LA UPS	170
Anexo 10: ANÁLISIS DE PROCESOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.....	176
Anexo 11: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES, DOCENTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO.	187
Anexo 12: RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA A EXPERTOS.....	197
Anexo 13: ESTRATEGIA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA.....	199

INTRODUCCIÓN

La interacción entre las empresas, los procesos, los empleados y los clientes tiene como resultado lo que se denomina, la experiencia del servicio (Bitner, Farada, Hubbert, & Zeithaml, 1997) y esta experiencia es calificada en base a 2 parámetros, uno es la calidad y el otro es la satisfacción (Zeithaml & Bitner, 2002), esta última es el resultado de que el cliente reciba la calidad que busca, pero esta calidad varía dependiendo del cliente, ya que se puede decir, que esta viene dada por la percepción del cliente (Desmarets, 1993).

Teniendo claro de que depende la satisfacción del cliente, se abordará el tema de la satisfacción de los clientes internos y externos de la UPS Guayaquil, luego de todos los cambios que se han implementado y se siguen implementando a partir de la nueva ley de educación superior, muchos de esos cambios son bastante buenos, y las cosas buenas hay que comunicarlas, sería un desperdicio no decir lo que se está haciendo. La comunicación es un factor primordial que incide en la satisfacción del cliente, es como en las relaciones personales, una buena comunicación las mantiene, y cuando no hay comunicación, como consecuencia hay ruptura de la relación, y esto traducido a las organizaciones es muy serio, ya que al romper relaciones con los clientes se provocan consecuencias bastante graves para la organización.

Precisamente por esto, el fin de esta tesis es la creación de estrategias de comunicación acerca de lo que la UPS Guayaquil está haciendo en el marco de la ley de educación superior, y así contribuir a mejorar o fortalecer la

satisfacción de los clientes, comunicando todas las cosas que la institución está haciendo para mejorar la calidad de educación que brinda, para esto la tesis está dividida en 6 capítulos, en los que se busca cumplir con los objetivos propuestos en el tema.

Primero se abordará los antecedentes del tema en general y se planteará el problema, así mismo se ha delimitado el alcance de la investigación y los objetivos de misma, todo esto forma parte del capítulo 1. En el segundo capítulo el enfoque está dado en las definiciones conceptuales, en el marco teórico donde se trata temas de mayor relevancia de la nueva ley de educación superior, así mismo se analiza la situación de la UPS Guayaquil luego de la evaluación del CEAACES y temas concernientes a la comunicación y la satisfacción del cliente.

Luego se abordará la metodología a usarse en el proceso de investigación, las técnicas, los tipos de investigación, la población y muestra, todo esto como parte del capítulo 3. Una vez establecida la metodología, se procederá al análisis de resultados de las encuestas realizadas a estudiantes de pregrado y postgrados, a docentes y personal administrativo, así mismo se hará el análisis de los procesos claves de comunicación de la UPS Guayaquil, se analizará los resultados de la observación de los medios de comunicación institucional, y por último los resultados de las entrevistas realizadas a la directora del departamento de comunicación de la sede y al director de planificación, evaluación y acreditación de la UPS Guayaquil, todo esto en el capítulo 4 .

En el capítulo 5, se plantea la propuesta para el problema planteado, basado en las estrategias de comunicación, se analiza la factibilidad de las mismas con presupuesto y la elaboración de un cronograma para llevar a cabo dichas estrategias, finalmente en el capítulo 6 se plantean conclusiones y recomendaciones para que la institución lleve a cabo la propuesta planteada en esta tesis, con el fin de mejorar la satisfacción de sus distintos clientes.

CAPÍTULO I

1 ANTECEDENTES

La educación superior en el país está atravesando procesos de transformación muy importantes. Haciendo referencia a cambios dados en los últimos años, se puede hablar del CONESUP (Consejo Nacional de Educación Superior) que era el órgano encargado del control de la calidad de educación, pero esta institución en la práctica solo realizaba funciones básicas de control, sobre todo en el registro de títulos de las distintas universidades del país (Vega, 2010). Cumplir con las exigencias de este organismo de control no era tan complicado, es más, en ese tiempo se puede evidenciar la creación de un gran número de instituciones de educación superior, para ser exactos entre los años 1990 y 2007 se crearon 50 instituciones, de las cuales 34 corresponden a universidades privadas, 13 públicas y 3 cofinanciadas, no eran tantas las exigencias, es normal entender las consecuencias de esa falta de control a la calidad de educación. Se puede decir que esto generó una amplia gama de ofertas educativas, ¿Pero cuántas de estas ofertas podrían ser consideradas de calidad? (Pacheco, 2010).

Para esto se creó la SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación) órgano de control del Estado, encargado de dirigir la política de la educación superior del Ecuador, a la par con el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior) que acorde con la misión, desarrolla los procesos de evaluación a las instituciones de educación superior para

acreditarlas y categorizarlas, asegurando así la calidad de educación superior en el país (CEAACES, s.f.).

La Universidad Politécnica Salesiana, nace un 4 de agosto del año 1994, el entonces presidente del Ecuador, Arq. Sixto Durán Ballén firma el decreto de creación, nace en una época complicada económica y socialmente para el país, cabe recalcar que la UPS tiene su matriz en Cuenca y extensiones en Quito y Guayaquil, pertenece a la congregación católica salesiana, esto define su identidad, su estilo de educación en otras palabras: su estrategia institucional. Toda institución salesiana tiene como centro a los jóvenes y todo lo que se hace, es por y para ellos. La universidad salesiana, tal como se menciona en la carta de navegación institucional, ha procurado desde su nacimiento no solo formar profesionales, sino sobre todo profesionales con calidad humana, o dicho en las palabras textuales de su misión: Busca formar honrados ciudadanos y buenos cristianos, con capacidad académica e investigativa que contribuyan al desarrollo sostenible local y nacional. (Universidad Politécnica Salesiana, 2009)

El país, en lo económico está buscando desarrollo sostenible para la población, a través de 4 fases que comprenden la sustitución de importaciones selectivas, el mejorar la producción nacional, sobre todo los sectores estratégicos (matriz productiva) (Senplades, 2009 - 2013) y para lograr esto ha definido el papel fundamental de la educación superior que está ligada también al buen vivir como lo define el artículo 9 de la Ley orgánica de educación superior (2010): “La educación superior es condición indispensable para la construcción del derecho del buen vivir, en el marco de

la interculturalidad, del respeto a la diversidad y la convivencia armónica con la naturaleza”.

Referente a esto, relacionando los lineamientos del buen vivir definidos por la SENPLADES, se puede notar que la Universidad Politécnica Salesiana está alineada a los intereses nacionales, ya que su estilo de educación, que busca el desarrollo sostenible a través de la formación profesional con calidad humana, es exactamente lo que está buscando el país actualmente, el detalle está en cada uno de los indicadores que hay que cumplir para garantizar la calidad de educación según el estado, a nivel nacional la UPS aún tiene mucha tarea pendiente, y en lo que a UPS Guayaquil respecta, al ser la extensión con menos tiempo de creación tiene más trabajo que hacer en relación a Quito y Cuenca. Y esto lo refleja la evaluación a las extensiones universitarias, en que a pesar de que tanto Quito como Guayaquil fueron calificadas como condicionadas, sin embargo Quito tenía un puntaje mayor que el de Guayaquil en muchos aspectos, lo que le plantea grandes desafíos para responder a las exigencias actuales de la educación superior.

1.1 Descripción del problema

En los últimos años se ha podido ver tantos debates respecto a los cambios que se han implementado en la ley de educación superior (SENPLADES, 2009), y en todo este proceso, muchos de los actores de la educación superior, recién comienzan a caer en cuenta de los efectos (El ciudadano, 2010), una vez que se ha comenzado la aplicación de la misma, es el caso de muchos de los bachilleres que salen año a año de los distintos colegios del país, que la única información que buscan respecto de la ley de

educación superior, es referente a los pasos para ingresar a la universidad, y si buscan dicha información no necesariamente es porque quieren conocer la ley, lo hacen por necesidad, para poder ingresar a una universidad. Por otra parte, en el caso de los docentes, que son un elemento clave en los cambios de la ley, muchos que no tienen maestría o PhD, conocen del plazo que tienen para obtener dicha titulación, pero eso no significa necesariamente que conozcan todos los aspectos que abarca la nueva ley, y qué decir de los estudiantes de los últimos niveles que en toda la información que recibieron cuando se matricularon en el preuniversitario, para acceder a la educación universitaria, nunca se les habló de que iban a ser evaluados al final de la carrera por parte del CEAACES.

Todas estas situaciones han creado un clima de incertidumbre, incluso de temor frente a lo que se viene, como es lógico lo desconocido genera inquietud. Es por esto que la comunicación juega un papel muy importante para combatir este desconocimiento, que a su vez provoca estos sentimientos de intranquilidad en los distintos actores de las distintas universidades del país

En la comunidad educativa de la UPS de Guayaquil, como en varias universidades del país, han comenzado a implementarse cambios acordes a las exigencias de la nueva ley, pero al contrario de percibirse como cambios necesarios, se puede percibir un ambiente de tensión, malestar, quejas, etc. de parte de los distintos actores de la comunidad, y esto se debe a que, tanto estudiantes, como personal docente y administrativo, no conocen gran parte de las exigencias legales, y mucho menos conocen lo que está haciendo la

UPS para cumplir con las mismas, y es aquí donde se genera el problema que se quiere abordar en esta tesis, ya que el desconocimiento tanto de la ley, como de las acciones que la institución está tomando para cumplirla, está generando insatisfacción en clientes internos y externos de la institución, dicha insatisfacción es resultado de ineficientes estrategias de comunicación respecto a lo que se está haciendo y lo que se va hacer en beneficio de la institución y de la educación universitaria del país, y este problema se da a pesar de que como fortaleza la institución cuenta con un departamento de comunicación y con variedad de medios para llegar a la comunidad universitaria, esto plantea la interrogante de: ¿Cómo asegurar la satisfacción de clientes internos y externos de la UPS Guayaquil con los cambios que la institución está realizando?

Tabla# 1

Descripción del Problema, Herramienta 5W1H

¿Qué?	Las ineficientes estrategias de comunicación que ha implementado la UPS Guayaquil para comunicar los cambios que la institución está realizando acorde a las exigencias de la LOES.
¿Quién?	Las personas involucradas directamente en el problema son los clientes internos y externos de la UPS Guayaquil, quienes al estar desinformados respecto de las exigencias de la ley, tienen incertidumbre, inseguridad respecto a cómo les afectarán todos los cambios que la universidad está aplicando.
¿Cuándo?	Desde el momento que la UPS Guayaquil comenzó aplicar cambios para cumplir con la ley, al mismo tiempo empieza a generarse el problema.
¿Dónde?	En la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil

¿Cómo?	Con la aplicación de los cambios sin previamente informarlos de manera adecuada, comienzan a surgir quejas, malestar y distintas reacciones de parte de clientes y externos de la UPS Guayaquil.
¿Por qué?	Al no comunicar eficientemente los cambios que la UPS Guayaquil está realizando para cumplir con la ley y a su vez mejorar la calidad de educación, se comienzan a generar muchas especulaciones, temores, incertidumbre, es decir una gran insatisfacción de parte de clientes internos y externos y esto deteriora la imagen de la institución.

Nota: Elaboración propia en base al análisis del problema

1.2 Alcance de la investigación y delimitación del objeto de la investigación

La Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil, es una institución que brinda los servicios de educación superior, se encuentra ubicada en el barrio Cuba, un sector popular al sur de la ciudad; el alcance de este trabajo de tesis se basa en proponer estrategias de comunicación efectiva de lo que la UPS Guayaquil está implementando respecto de la LOES, se busca que estas estrategias reduzcan percepciones negativas en torno a los cambios que la institución está aplicando, ya que esto incide en la satisfacción de clientes internos y externos, si bien es cierto el tema de esta tesis está enfocado en la realidad de la UPS Guayaquil, sin embargo puede ser de gran utilidad para la UPS nacional, ya que en el estilo de consenso que tiene la institución, todas las decisiones de interés para la universidad se las toma en conjunto Cuenca, Quito y Guayaquil, donde siempre las directrices para encontrar el consenso vienen dadas por la identidad institucional.

1.3 Justificación

Es evidente que toda institución ya sea pública o privada debe regirse por leyes internas, por las leyes de su gremio, de la ciudad donde radica, del país, etc. Y no siempre las instituciones tienen la oportunidad de ser parte de propuestas de cambios en las leyes, a veces lo que queda es adherirse y cumplirlas, independientemente si las leyes son buenas o malas, al punto que se quiere llegar es que aunque se realicen muchas cosas para cumplir con las exigencias legales, es fundamental comunicar lo que se está haciendo para prevenir que se den disgustos, o que, lo que se hace pase desapercibido ante los clientes, ya sea lo uno o lo otro, incide en la satisfacción que estos tienen, no respecto a las leyes, sino al servicio que les brindan las instituciones, en este caso particular, a lo que la UPS Guayaquil les oferta.

Por esta razón se hace necesario trabajar en este tema, ya que la poca o ineficiente comunicación planteada anteriormente en el problema, que está generando malestar en los clientes internos y externos de la institución, por esto es necesario realizar un estudio de lo que se está haciendo, o no se está haciendo en materia de comunicación, y como esto está incidiendo en las percepciones de los clientes, partiendo de los resultados de este estudio, se busca plantear propuestas estratégicas que mejoren dichas percepciones y eleven la satisfacción de estudiantes, personal docente y administrativo, este tema será de gran utilidad para la UPS Guayaquil, así como para las otras sedes, además puede servir de referente para que otras instituciones de educación superior (IES) procuren crear estrategias de comunicación que

permitan fortalecer la imagen de sus instituciones en estos tiempos en que todas las IES están aplicando muchos cambios acordes a la ley.

1.4 Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Desarrollar estrategias de comunicación efectiva para clientes internos y externos de la UPS de Guayaquil.

Objetivos Específicos:

- Conocer las implicaciones que traerá la aplicación de la nueva ley de educación superior en la satisfacción de clientes internos y externos de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

- Establecer la valoración que le dan clientes internos y externos de la UPS de Guayaquil, al servicio que la institución les da bajo la aplicación del marco de la nueva ley de educación superior.

- Definir los parámetros de comunicación que permitan llegar efectivamente al cliente interno y externo de la UPS de Guayaquil.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la ley de educación superior vigente.

La LOES en Ecuador ha atravesado etapas importantes en la historia, que han marcado el desarrollo socio-económico del país, el mercado laboral y el fenómeno de la masa crítica; desde la creación de las universidades donde sólo unos pocos tenían acceso, hasta la masificación y politización de la universidad pública, llegando a la nueva propuesta de gratuidad y responsabilidad académica; dan cuenta de que asumir los cambios en la educación superior para el siglo XXI implica todo un reto.

El debate sobre la formación de profesionales para el desarrollo de la sociedad se encuentra en discusión, sobre todo con lo que respecta a la revisión de objetivos, leyes, reglamentos, paradigmas, métodos, formas mismas de concebir una universidad de avanzada, entre otros; a nivel

mundial, la ley de educación cada día se orienta con mayor fuerza hacia la responsabilidad en la educación superior para que esta actúe en la resolución de los principales problemas de un país. Es así que en el Estudio presentado por la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior de la UNESCO, que se celebró en París del 5 al 9 de octubre de 1998, Gibbons refiere que:

En el siglo XXI la educación superior no sólo tendrá que ser pertinente sino que, además, esa pertinencia será juzgada en términos de productos, de la contribución que la educación superior haga al desempeño de la economía nacional y, a través de ello, del mejoramiento de las condiciones de vida. (Gibbons, 1998, pág. 1).

El concepto de pertinencia educativa, aparece aquí como la capacidad de formar talento que contribuya a resolver problemas reales para mejorar la calidad de vida, esto derriba la concepción materialista, muy personal, que por muchos años fue la motivación de jóvenes estudiantes, sobre todo en Latinoamérica “tener una profesión para tener un trabajo y estabilidad económica”, al igual que para los docentes estar en la Universidad era haber cumplido la meta de trabajar y tener un sueldo que le permitiera subsistir y proveer a su familia; esto en un ambiente de competencia, celos profesionales y trabajo individualizado (Fernández & Marquina, 2013).

Sin embargo, las crisis socioeconómicas, políticas de salud, entre otras, dieron paso a una nueva visión hacia los otros, al cambio de actitud de

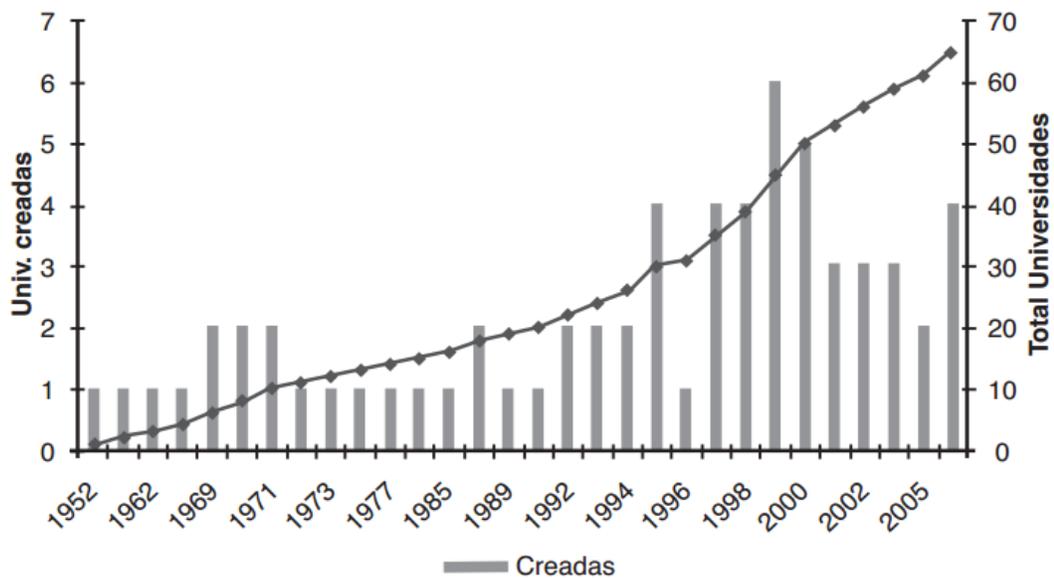
competir con cooperar, de mi responsabilidad por la responsabilidad social, de mis problemas a los problemas de todo un país; y frente a esto, la universidad en respuesta nos propone el escenario de la reconstrucción de un nuevo sistema de educación, a base de la aprobada Ley de Educación Superior.

En Ecuador, la realidad no era distinta, las normativas caducas frente a los grandes debates internacionales sobre el desarrollo y la calidad de la educación superior, ubicaban la educación Ecuatoriana por debajo de los estándares de pertinencia, debido a la facilidad en la creación de Universidades en el país, así lo refiere René Ramírez y Analía Minteguiaga, en su artículo “Transformaciones en la educación superior Ecuatoriana”:

Hay que mencionar que en el período que va de aprobación de la Constitución de 1998, hasta el año 2000, en el que se sanciona la Ley Orgánica de Educación Superior permaneció en vigencia la anterior Ley de Universidades y Escuelas Politécnicas, establecida en 1982, la cual era sumamente flexible, respecto a los requerimientos para la fundación de nuevas instituciones de educación superior (Ramírez & Minteguiaga, 2010, pág. 137).

La masificación de la universidad pública y el incremento de universidades particulares (ver figura 1) con escasos estándares educativos, dio como resultado por una parte un mayor acceso a la educación superior y por otro

lado el decrecimiento de la calidad de la misma, aportando al mercado laboral profesionales que en algunos casos no lograban posicionarse en el ámbito de su especialidad.



Figura# 1: Gráfico Transformaciones en la educación superior

Nota: Tomado del Artículo “Transformaciones en la educación superior Ecuatoriana” (Ramirez & Minteguiaga, 2010).

Es necesario, realizar un recorrido histórico sobre los cambios en la educación superior en el Ecuador, para de esta manera entender las demandas del sector educativo y cómo la nueva Ley Orgánica de Educación Superior intenta satisfacerlas.

Desde la premisa de la gratuidad para favorecer la igualdad de oportunidades en el acceso a las Universidades, las implicaciones de las reformas en cuanto a los procesos de acreditación y el requerimiento de capacitación para los docentes; pero sobre todo cómo se ha difundido esta información en las universidades, es lo que se pretende abordar en el presente recorrido teórico.

2.2 Análisis de la ley orgánica de educación superior.

El 4 de agosto del 2010 la Asamblea Nacional aprobó la nueva ley de educación superior, en medio de un ambiente de rechazos y críticas de parte de grupos de estudiantes, docentes y autoridades de distintas universidades del país quienes consideraban que la ley era atentatoria contra la autonomía de las universidades y daría al gobierno central un control mayor sobre estas (La Hora, 2010). El Consejo de Educación Superior manifestó la necesidad de contar con universidades que generen conocimiento y consideran a este como el mayor desafío que tiene el sistema educativo (Consejo de Educación Superior, 2013).

A partir de la aprobación de la nueva ley se puede decir que la educación superior tiene una nueva institucionalidad basada en la búsqueda de garantizar la calidad de la educación superior, y para ello la evaluación y la acreditación se constituyen en prácticas necesarias para lograr este fin, pero sin embargo también es real que puede correrse el riesgo de caer en extremismos y darle mayor importancia al control que provoca un cumplimiento pero no necesariamente garantiza la preocupación por los seres humanos que forman parte del proceso educativo, por esto es importante enfatizar que cualquier sistema de aseguramiento de la calidad de

la educación su fin debe ser contribuir, servir a la labor desempeñada por las instituciones, por docentes, por estudiantes y no al contrario, es decir, las personas servir al sistema (Salgado, 2011).

En América Latina la evolución de la educación superior sigue unos patrones comunes, donde predomina la educación estatal con autonomía, entre los años 80 y 90 comienza a influenciar en el mercado el pensamiento y las políticas neoliberales, y esta influencia se extiende también a la educación, tanto así que comienzan a darse privatizaciones, y comienzan a crearse muchas instituciones educativas privadas (Pacheco, 2013).

Con ello diversas realidades en los estándares o grados de la calidad, débil control y supervisión de las instituciones de educación superior, baja o nula integración con la formación de nivel medio, en investigación la inversión era mínima, menor al 1.5% del PIB, la muy poca valoración de la docencia como profesión en muchos países, esto acompañado de escasos planes o políticas de incentivos para el personal docente que contribuyan a mejorar la calidad (Fernández, 2006).

Es así que desde la nueva constitución se establece:

Art. 353 de la Constitución de la República del Ecuador establece que el Sistema de Educación Superior se regirá por un organismo público de planificación, regulación y coordinación interna del sistema y de la relación entre sus distintos actores con la Función Ejecutiva; y por un

organismo público técnico de acreditación y aseguramiento de la calidad de instituciones, carreras y programas, que no podrá conformarse por representantes de las instituciones objeto de regulación (Ley Organica de Educación Superior, 2010).

Precisamente con el fin de llevar a cabo todas las mejoras necesarias en la educación del país, se han venido dando cambios importantes, comenzando por los órganos de control y regulación, es así que el 25 de octubre del 2010 comienza a ejercer el Consejo de Educación Superior (CES) en lugar del antiguo CONESUP, además el Presidente de la República mediante decreto ejecutivo 517 fusiona la Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología, con la Secretaria Nacional de Educación Superior Ciencia y Tecnología e Innovación (El Diario, 2010) , todo esto permitiría un mejor control e implementación de la nueva ley de educación superior.

El SENESCYT tiene como misión: “Promover la formación del talento humano avanzado y el desarrollo de la investigación, innovación y transferencia tecnológica”, fortalecer los aspectos académicos, productivos y sociales de la educación superior, ejerciendo la rectoría de las políticas públicas concernientes a la educación superior, y procurar la aplicación de la ciencia, tecnología, etc. (SENESCYT, s.f.).

El CES para procurar un buen proceso de evaluación, acreditación, y asegurar la calidad de la Educación superior, establece en el artículo 353 de la constitución que el sistema de educación debe estar regido por un

organismo público que se encargue de la evaluación, acreditación, regulación que asegure la calidad de las instituciones (CES, 2013).

Y esto que manifiesta la ley es precisamente de lo que se encarga el Consejo de evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior (CEAACES), que cada cierto tiempo hace pública la categorización de cada una de las instituciones de educación superior después de los respectivos procesos de evaluación, el CEAACES busca convertirse en el organismo de referencia a nivel nacional para crear e implementar metodologías integrales. (CEAACES, 2013).

Todo este marco institucional responde a la aplicación de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), de la cual se analizarán los aspectos más relevantes y los nudos críticos; uno de estos aspectos relevantes es la finalidad que tiene la Educación Superior, así lo establece la Constitución de República:

Que, el Art. 350 de la Constitución de la República del Ecuador señala que el Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo (Ley Orgánica de Educación Superior, 2010).

Desde esta perspectiva la educación superior tiene como principal objetivo la formación de profesionales de calidad conscientes de su realidad y la problemática que como desafío deben resolver, es la responsabilidad de la universidad entonces, elevar el nivel académico, inversión y la conexión con la comunidad, la empresa, la realidad nacional y mundial, solo esta nueva, pero vieja, intencionalidad en la educación generó desde el inicio ciertas tensiones entre los actores universitarios, los discursos cambiaron o se señalaron con mayor énfasis y un nerviosismo empezó a sentirse sobre los cambios que se veían institucionalizarse.

Entonces, ¿cómo alcanzar la transformación de la sociedad, el desarrollo nacional y la construcción de la ciudadanía?, los actores universitarios incrementaron su esfuerzo revisaron literatura, decretos, acuerdos, convenciones, y era claro que alcanzar este mandato implicaba cambios en la estructura misma de la educación superior, se empezó a hablar de evaluaciones, cierre de universidades, beneficios/exigencias para los docentes, nuevos procesos de admisión para los estudiantes, entre otros aspectos; lo que no se mencionaba era que la propuesta intentaba simplemente ponerse a tono con el desarrollo mundial de las universidades, así lo refiere Gibbons:

En el futuro, las universidades contarán con un claustro docente pequeño... se convertirán en un nuevo tipo de "institución de cartera" en la esfera de la creación de conocimiento; su papel quizás se limite a acreditar la

enseñanza que primariamente imparten otros, mientras que, en cuanto a investigación, cumplen su función armando equipos que buscarán solución a los problemas y trabajarán en cuestiones fundamentales. (Gibbons, 1998, págs. I - II)

Es así que la idea de cómo ser y hacer universidad se ha ido construyendo y re-construyendo, en el mundo y en el país; el perfil de docente, de estudiante, de profesional, la dedicación del tiempo, la planificación educativa, las mallas, los créditos, las prácticas pre profesionales, conjugar el desarrollo académico y humano, la oferta académica, el mercado laboral, las necesidades prioritarias de investigación, la vinculación con los más desfavorecidos, y más aspectos han marcado los cambios que se están generando en la universidad ecuatoriana, pero muy cercano a esto está la tensión, el desconocimiento y una deficiente comunicación social y organizacional que generaron nudos críticos en la aplicación de la ley.

2.2.1 Nudos críticos de la aplicación de la LOES en la Universidad Politécnica Salesiana.

Un nudo crítico no es otra cosa que un problema asociado a otros sub problemas, por ende al solucionar dicho problema se solucionarían varios problemas ligados a este (Ossorio, 2003), ahora refiriéndose a los principales aspectos de la LOES que han generado reacciones de apoyo y malestar en los miembros de la comunidad universitaria, se puede identificar nudos críticos en la aplicación de esta normativa en las instituciones de educación

superior (IES), a su vez estos aspectos no han sido difundidos con claridad por la prensa y por las mismas IES.

La Universidad Politécnica Salesiana (UPS), no ha sido la excepción en cuanto a enfrentar los desafíos de la educación superior, así como visibilizar los mismos nudos críticos que han generado debates en las IES. La UPS, que fue creada en agosto de 1994, cuenta con un campus matriz en la ciudad de Cuenca y dos sedes en las ciudades de Quito y Guayaquil; su acelerado desarrollo, producción científica y vinculación con la comunidad, le permitió ubicarse en categoría B durante el proceso de evaluación de la CEAACES, sin embargo la sede Guayaquil en Diciembre del 2012 calificó como “*condicionada*” por cumplir parcialmente los parámetros de calidad determinados por la evaluación. (CEAACES, 2013)

La calificación definitiva de la sede fue de 49,7/100, estando sus limitantes en los aspectos de Academia y Gestión Política Institucional, se dispuso la continuidad de su funcionamiento condicionada al plan de mejoras en los indicadores de bajo desempeño. (Universidad Politécnica Salesiana, 2013); a continuación se revisarán los nudos críticos de la aplicación de la LOES, así como las propuestas de la UPS para alcanzar la calidad que imponen los indicadores de evaluación; la manera en que se han difundido los objetivos institucionales y su incidencia en la satisfacción del cliente interno y externo.

2.2.2 Nudos críticos relacionados con los estudiantes

Proceso de admisión

Empezando por los estudiantes, se puede decir que el proceso de admisión ha sido lo que mayor tensión ha ocasionado, pasar de ser bachiller listo para ingresar a la universidad, a bachiller *aspirante* a la educación superior, marcó en un inicio reacciones desfavorables, se habló de pérdida de autonomía para elegir una carrera, exclusión y falta de oportunidades para los jóvenes, entre otras quejas, lo cierto es que la ley indica lo siguiente:

Art. 82.- Requisito para el ingreso a las instituciones del Sistema de Educación Superior.- Para el ingreso a las instituciones de educación superior se requiere: a) Poseer título de bachiller o su equivalente, de conformidad con la Ley; y, b) En el caso de las instituciones de educación superior públicas, haber cumplido los requisitos normados por el Sistema de Nivelación y Admisión, el mismo que observará los principios de igualdad de oportunidades, mérito y capacidad. (Ley Organica de Educación Superior, 2010)

La creación de un Sistema de Nivelación y Admisión tiene como objetivo principal iniciar con el proceso de elevar el nivel académico, parte de la premisa que en repetidas ocasiones se ha oído del Presidente de la Republica que parafraseándolo plantea “la universidad es para todos, pero no todos son para la universidad”, el sistema de admisión por un lado intenta permitir el acceso a los más excluidos y seleccionarlos no por la posibilidad de pagar una matrícula, sino por sus aptitudes, desempeño y coeficiente

intelectual, garantizando así la igualdad de oportunidades, y el acceso por mérito.

En el caso de las instituciones de educación superior particulares, cada una puede establecer en sus estatutos requisitos adicionales a los dispuestos en la ley para el ingreso de estudiantes, es la SENESCYT quien vigila el cumplimiento de los principios de igualdad, mérito y calidad, en tiempos determinados; en este punto se reconoce cierta autonomía para la universidad privada; la UPS si bien se acogió al Sistema de Nivelación y Admisión, aún no desarrolla cursos de nivelación similares a los ofertados en las universidades públicas, lo que ha permitido ampliar el acceso de estudiantes a la carrera universitaria.

Estudiante a tiempo completo y de calidad

Es conocida la realidad laboral del estudiante universitario en el país, desde la masificación de la universidad, el estudio en jornada nocturna ha permitido que muchos jóvenes cuyas familias tenían limitaciones económicas, accedan a estudios superiores a partir de los ingresos generado por sus trabajos, de allí que por mucho tiempo el docente de la jornada nocturna debió “apoyar al estudiante”, disminuyendo la exigencias que aseguran la calidad de la educación, así como lidiar con el conflicto “estudiante que trabaja vs. Trabajador que estudia”; y este ha sido un tema que generó preocupación cuando desde el debate de la nueva ley se habló de cambios en la modalidad de estudio, tal como luego se redactó en el artículo 10 de la LOES (2010): “Para garantizar la calidad de las carreras y programas académicos de las instituciones de educación superior, el CES

determinará las carreras que no podrán ser ofertadas en las modalidades semi-presencial, a distancia y virtual”.

Aunque aún no se cuenta con una lista definitiva de las carreras que sólo se podrán estudiar en modalidad presencial, existe ya la tensión entre los estudiantes por el llamado paradigma de estudiante a tiempo completo, que implica elegir entre el trabajo y el estudio, dedicar al menos ocho horas a las actividades académicas presenciales, estar vinculados con proyectos de investigación y desarrollo, entre otras actividades relacionadas con la cultura y el deporte.

Es probable que muchos estudiantes no logren cumplir con los nuevos requerimientos, para esto la comunidad universitaria debe estar empoderada del objetivo nacional de elevar la calidad de la educación superior del país, como posibilidad de elevar el nivel de la masa crítica, así como la sostenibilidad de la universidad misma; es por ello que el Art. 9 de la LOES (2010) hace referencia a que la evaluación de la calidad se realizará de manera periódica de conformidad con la normativa que expida el CEAACES.

Los estudiantes son actores claves del mejoramiento de la calidad de la educación, por ello es necesario que estén correctamente informados de las metas institucionales y del país, implicados en elevar su desempeño al nivel que la ciencia requiere, no como se ha trabajado, donde el docente tenía que disminuir la nivel científico al nivel del estudiante, que en muchas ocasiones se regía por la ley del mínimo esfuerzo; de allí la importancia de la

comunicación organizacional adecuada que genere conciencia y compromiso.

Denominación de títulos

Para quienes se encontraban cursando carreras, los rumores sobre los cambios en la denominación de títulos generó desconfianza e insatisfacción, un ejemplo es el caso de los títulos de Ingenierías en las Ciencias Administrativas y su reforma por títulos de Licenciatura, para así dar cumplimiento a lo expuesto sobre la nomenclatura de los títulos en el Reglamento a la LOES (2010) en el artículo 20 que indica: “El Reglamento de Régimen Académico incorporará la nomenclatura de los títulos profesionales y los grados académicos que expidan las instituciones de educación superior estableciendo su unificación y armonización nacional, tomando en cuenta los parámetros internacionales”.

Lo que no se aclaró, es que estos cambios son favorables ya que la unificación facilita la movilidad del estudiante, así como la homologación a nivel nacional e internacional; y que esta decisión responde al gran número y diversidad de nomenclaturas de títulos, que se planteaban más bien por estrategias de marketing educativo, se combinaban los títulos tradicionales con menciones que hacían alusión a temas de interés o relacionados con aspectos tecnológicos.

La UPS, se encuentra en el proceso de revisión de mallas, asignaturas y denominación de títulos para responder a las exigencias de unificación,

desde la matriz Cuenca y las secretarías técnicas se elaboran documentos que se prevé estén listos para el 2015, año en el que corresponde la evaluación de carreras.

Profesionalización y acreditación

Sin duda una de las situaciones educativas que no deja de causar nerviosismo entre los estudiantes son las evaluaciones de conocimiento, este aspecto es el que se considera hoy en la educación superior ecuatoriana como uno de los principales indicadores de calidad; la nueva visión de profesionalización implica no solamente otorgar un título sino que la confirmación de un buen desempeño académico del estudiante y posteriormente del graduado permite la acreditación de la universidad.

Por ello en la LOES se contemplan dos exámenes que aseguran la calidad, el primero es el examen nacional de evaluación de carreras y programas académicos de último año, y el segundo responde al examen de habilitación del título; según lo dispuesto en la LOES (2010) para el examen de evaluación de carrera se ha determinado en el artículo 11: “El CEAACES diseñará y aplicará el examen... para estudiantes de último año, por lo menos cada dos años.”, los resultados de este examen se mantendrá registrado para dos objetivos más: el otorgamiento de becas de cuarto nivel y para la inserción laboral en el sector público.

Por otra parte el examen de habilitación para el ejercicio profesional será como una licencia, aunque se menciona que se aplicará con mayor

rigurosidad en las carreras de interés nacional, como salud y educación, la UPS no ha disminuido su esfuerzo en preparar a sus egresados para afrontar esta evaluación; sobre la ejecución del mismo el Art. 12 de la LOES refiere: “El CEAACES expedirá el reglamento para el diseño, aplicación y evaluación del examen... el que será actualizado anualmente en virtud de los resultados de sus evaluaciones.” (Ley Organica de Educación Superior, 2010)

No se conoce con claridad si los estudiantes de los primeros niveles han recibido información sobre estos aspectos de la Ley, sin embargo la relevancia de los temas, lleva nuevamente al planteamiento de la necesidad de contar con un plan de comunicación que contemple actividades con la comunidad universitaria para la concienciación de la responsabilidad compartida que implica la acreditación institucional y de carrera, al mismo tiempo que genere satisfacción y percepción de desarrollo entre los actores de la UPS.

2.2.3 Nudos críticos vinculados con docentes y administrativos

Los docentes como actores claves de las IES, con el ejercicio académico, analítico, crítico y reflexivo, han sido quienes debatieron y debaten con mayor énfasis la viabilidad de la aplicación de la LOES, los temas más relevantes y hasta polémicos han sido los relacionados con los requisitos para la titularidad de la docencia, la obtención de títulos de cuarto nivel, la investigación ligada a la producción científica, la dedicación de tiempo y el escalafón docente; estos temas se han difundido de manera general, en este

espacio se analizarán desde lo dispuesto en la LOES y el plan de mejoras de la UPS.

Actualización docente y producción científica

Ser docente universitario hoy implica demostrar un record y desempeño excelente, aunque los requisitos en algún momento se criticaron por ser inalcanzables, se debe reconocer que la inversión estatal, la administración eficiente de recursos y la dinámica de acreditación han dado paso al planteamiento de oportunidades para el fortalecimiento académico de los docentes, estudiar maestrías y doctorados en otros países es posible por las becas, aportes y créditos a los que puede acceder el docente; a pesar de ello ser docente titular es una meta que los catedráticos visibilizan a largo plazo.

Según lo estipulado en el artículo 150 de la LOES (2010), los requisitos para ser profesor titular principal son los siguientes:

- (a) Tener título de posgrado correspondiente a doctorado (PhD o su equivalente) en el área afín en que ejercerá la cátedra; (b) Haber realizado o publicado obras de relevancia o artículos indexados en el área afín en que ejercerá la cátedra, individual o colectivamente, en los últimos cinco años... Los profesores titulares agregados o auxiliares deberán contar como mínimo con título de maestría afín al área en que ejercerán la cátedra, los demás requisitos se

establecerán en el reglamento respectivo (Ley Organica de Educación Superior, 2010).

Los docentes se muestran motivados frente a la necesidad de elevar el nivel académico, sin embargo el tema que se sigue considerando de mayor complejidad es la producción científica, en los medios de difusión de la universidad es común leer discurso “hay que escribir, publicar en revistas”, pero poco se ha difundido los procedimientos, las líneas de interés para la investigación y el aporte que constituye para la acreditación institucional.

Acreditación institucional y de carrera

Sobre el tema de acreditación se ha dicho mucho pero se conoce poco; sobre los indicadores de evaluación, las metas institucionales, los planes de mejora y lo que se debe construir desde la cotidianidad para alcanzar la excelencia, no se difunde de manera adecuada, constante y efectiva, lo que genera que solo unos cuantos actores universitarios, precisamente los más vinculados a la gestión administrativa, muestren preocupación por el tema, mientras que otros estén solamente esperando las nuevas indicaciones para poder cumplir con la acreditación.

Dedicación del tiempo: entre la docencia y labores administrativas

Entre los indicadores que no alcanzaron una puntuación favorable en la evaluación de la UPS Guayaquil, se encuentra la dedicación del tiempo de los docentes; la dedicación a tiempo completo (TC) y tiempo parcial (TP) ha

sido unos de los temas más comentados en los últimos dos años, más de uno ha debido elegir entre la universidad y otras actividades laborales, además la universidad ha tenido que ajustar presupuestos y fortalecer la capacidad de selección de talento humano calificado; según los datos obtenidos en la evaluación realizada en el 2012, la universidad sólo contaba con el 21.43% de docentes a TC, así se observa en el informe:

Tabla# 2

Análisis de los valores obtenidos en las variables de la Dimensión Entorno del Aprendizaje

Nombre completo de la variable	Valor Final Obtenido por la extensión Guayaquil	Análisis de la Situación observada
Docentes con dedicación a tiempo completo en la extensión.	51	Solo el 21,43% de docentes tenían dedicación TC. Son causas de esta situación: <ul style="list-style-type: none"> • La demora en la solicitud de emisión de nombramientos/adendas a los contratos de los docentes que tienen una dedicación y perciben una remuneración de TC; • El bajo porcentaje de docentes con título de maestría y/o PHD
Tiempos completos con PhD	0	Son causas de esta situación: <ul style="list-style-type: none"> • La escasa oferta en el país, de programas de PHD o su equivalente • Los altos costos humanos y materiales para desarrollar programas de doctorado en otro país
Docentes Tiempo Parcial/Medio Tiempo	187	El 78,57% de docentes tienen una dedicación de TP y MT Son causas de esta situación: <ul style="list-style-type: none"> • La demora en la solicitud de emisión de nombramientos/adendas a los contratos de los docentes que figuran con dedicación de TP y que en realidad tienen una dedicación y perciben una remuneración de TC;

		• El bajo porcentaje de docentes con título de maestría y/o PHD
--	--	---

Nota: Tomado del plan de mejoras extensión Guayaquil. (Universidad Politécnica Salesiana, 2013)

A más de esto la dedicación a tiempo completo también trajo consigo el reto de asumir labores administrativas, en el Art. 147 de la LOES (2010) se estipula, “el ejercicio de la cátedra y la investigación podrán combinarse entre sí, lo mismo que con actividades de dirección”; aunque esta actividad combinada para algunos resulte una sobrecarga laboral, el participar de los diferentes procesos de las carreras permite tener una visión integral de universidad, por acceso a todos los temas claves aseguramiento de la calidad educativa.

Pero el hecho de que todos estén inmersos en los temas de dirección, plantea la necesidad de una comunicación organizacional eficiente, valorar la riqueza de la información, la selección de temas que requieren confidencialidad y otros criterios éticos, la elección de canales de comunicación entre otras consideraciones que permitan optimizar la dinámica del docente según su dedicación de tiempo.

Escalafón docente: remuneraciones e incentivos

Este nudo crítico fue una de las resoluciones más esperadas por el personal docente de las universidades, pese a ello una vez publicado el Reglamento de carrera y escalafón del profesor e investigador del sistema de educación superior, pocos son los que han revisado el documento, o los departamentos de comunicación que han difundido de manera efectiva esta información; es así que el Art. 46 del mencionado documento indica: “Las

categorías, niveles, grados escalafonarios y escalas remunerativas del personal académico de las universidades y escuelas politécnicas públicas son los siguientes”: (Consejo de Educación Superior, 2012).

Tabla# 3

Escalafón y escala remunerativa del personal académico de las universidades y escuelas politécnicas

Categoría	Nivel	Grado	Escala remunerativa para la dedicación a tiempo completo	
			Mínimo (Equivalente a la escala de remuneraciones del sector público)	Máximo (menor a remuneración de)
Personal Académico Titular Principal / Principal investigador	3	8	Grado 19	Equivalente a grado 8 de la escala de remuneraciones del nivel jerárquico superior del sector público
	2	7		
	1	6		
Personal Académico Titular Agregado	3	5	Grado 15	Personal académico titular principal / principal investigador 1 que fije la universidad o escuela politécnica
	2	4		
	1	3		
Personal Académico Titular Auxiliar	2	2	Grado 13	Personal académico titular agregado 1 que fije la universidad o escuela politécnica
	1	1		

Nota: Adaptado del Reglamento de carrera y escalafón del profesor e investigador del sistema de educación superior. (Consejo de Educación Superior, 2012)

A partir de esta clasificación la titularidad docente será, auxiliar, agregado y principal; y su promoción dependerá de cumplimiento de los requisitos estipulados en el mismo reglamento, para el cual la universidad deberá seleccionar un órgano encargado de la promoción, precedido por el vicerrector académico. Cabe recalcar que es de suma importancia que los docentes estén en pleno conocimiento de los requisitos ya que eleva su desarrollo profesional, la categorización de la universidad y el fin principal,

eleva la calidad de la educación y la capacidad de respuesta a los principales problemas g-locales.

Luego de este recorrido por los principales nudos críticos, queda claro que existen temas de gran relevancia, en constante reforma y procesos de aplicación, por lo que una estrategia pertinente y eficiente de comunicación organizacional es clave para mantener comprometido a todos los actores universitarios, permitiendo que los niveles de su percepción de satisfacción laboral y estudiantil sean elevados y en concordancia con la capacidad operativa de la universidad.

2.3 Satisfacción del cliente

El inminente cambio de las leyes en la educación superior ha dado paso a investigar las causas o las consecuencias que se generaran en el futuro, es por ello que a través de algunos teóricos se busca sustentar la tesis que dará solución a uno o varios problemas para lograr la actualización de conocimientos y de una manera eficiente cumplir con el nuevo paradigma de la educación superior que propaga la Investigación Formativa y que permitirá en los estudiantes desarrollar habilidades, destrezas cognitivas y adquirir aprendizajes significativos y funcionales.

Basado en la teoría de las cinco fuerzas de Michael Porter (1998), se puede dilucidar de mejor manera las consecuencias que traerá el cambio de las leyes en la educación superior. El modelo de las cinco fuerzas ideado por Porter (1998) es una estrategia enfocada a la sustentabilidad y sobrevivencia del negocio, en este caso se analizará en torno a la educación superior:

- 1) Poder de negociación de los clientes (internos y externos, ante todos los cambios, saben que hay variedad de propuestas y hoy ellos en el caso de estudiantes, ven acorde a sus intereses que universidad escoger, lo mismo pasa con docentes que escuchan propuestas de universidades pero saben también quién paga más y quien paga menos, en relación a esto ambos tipos de clientes en muchas ocasiones ponen las condiciones).
- 2) Poder de negociación de los proveedores (Negociación, reuniones y debates que permitan ajustar la ley a la realidad universitaria (SENESCYT, CEAACES, CES, entre otras entidades).
- 3) Amenaza de nueva competencia (En este punto la amenaza no es tan preocupante debido a que mucha competencia que ofertaban títulos de manera “menos complicada” han cerrado por no cumplir con la ley, lo que si puede representar una amenaza es la creación de universidades de parte del Gobierno acorde a los estándares que este pretende implantar) .
- 4) Amenaza de productos sustitutos (Es difícil hablar de un servicio sustituto para la educación, pero algo que si se ve es que el emprendimiento o un trabajo básico, para muchos jóvenes en nuestra ciudad ha comenzado a representar una opción considerable, por la

que algunos prefieren dejar de lado la opción de la educación superior.).

- 5) Rivalidad entre competidores (Es evidente que ante todos los cambios que la ley exige, hay instituciones que tienen más recursos que otras para cumplir con los indicadores, y esto se refleja luego en la categorización de las universidades, ya que unas han podido invertir más en lo que les faltaba y otras todavía les falta mucho, y luego cada universidad usa esa categoría como parte de las estrategias para atraer nuevos clientes).

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter propone un marco de reflexión estratégica sistemática para determinar la rentabilidad de un sector en específico, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector. (Porter, 1998)

2.4 Recorrido por el concepto de satisfacción

Tomando como referencia algunos conceptos y definiciones de satisfacción, se puede concluir lo siguiente: Satisfacción, del latín satisfactio, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse (Real Academia Española, 2001). Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, satisfacer exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio.

La satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o

servicio con sus expectativas (Kotler, 2005) Entonces, se entiende a la satisfacción como un estado mental que se produce por la optimización de la retroalimentación cerebral. Al alcanzar la satisfacción, el funcionamiento mental del ser humano se encuentra en armonía.

Retomando el tema de la LOES, con respecto a las consecuencias, las expectativas y el desarrollo que se espera en torno a la calidad de la educación, hay que decir que actualmente la sociedad ecuatoriana convive en un escenario educativo donde los mercados se encuentran cada vez más saturados de la enseñanza primitiva, rudimentaria y a veces sin recursos teóricos y prácticos ante la demanda de los jóvenes, el desarrollo tecnológico y de investigación que se requiere para progresar y, que en comparación con otros países, se sigue considerando a Ecuador como un país en vías de desarrollo, lo lamentable es, que esto ocurre en la mayoría de las entidades educativas a nivel de pre-grado y grado, uno de los principales motivos se debe a los fondos monetarios, a los profesionales de bajo nivel, entre otros factores que inciden en la calidad de la enseñanza.

Ahora, la sociedad actual es más exigente que en antaño, padres de familia y estudiantes demandan con criterios de elección diferentes pero que se orientan a promover la mejora continua en la calidad de la educación, he aquí la necesidad imperiosa de satisfacer lo que el sector educativo demanda.

En investigaciones realizadas se puede ver que todo esto aparejado al crecimiento de la competencia, obliga a mejorar la excelencia del servicio. La satisfacción de las expectativas de los clientes internos (estudiantes, maestros, directores, rectores y demás departamentos), externos (padres de familia, empresas, instituciones que demandan una mejor formación del estudiante) y la eficiencia empresarial están vertebrándose como los ejes sobre los cuales gira la competitividad a nivel de Universidades y el futuro de las empresas.

Esta nueva forma de entender y gestionar la educación debido a la LOES, basada en la excelencia y en la reestructuración de pensamientos y procesos que orienten a hacer con sentido y no sin sentido, hace retorcer los cimientos tradicionales sobre los que se apoyaba toda la estructura académica. El cambio y las exigencias de una educación mejor, cada vez más orientados hacia ofertas diferenciadas y de mayor calidad para los jóvenes, definen un horizonte donde la provisión de servicios de excelencia es un factor crítico en el éxito académico y empresarial.

Generalmente no se conocen con exactitud las expectativas y percepciones que los jóvenes tienen sobre los servicios recibidos, por lo que sólo puede conocerse la evolución de tales conceptos en el transcurso del tiempo aplicándose la LOES. Es necesario buscar todas las vías posibles para conocer las necesidades de los clientes tanto internos como externos, la satisfacción que tiene del servicio que provee la Universidad y crear una herramienta de apoyo para la toma de decisiones, el cliente interno, con la

finalidad de formar una cadena de procesos efectivos de comunicación y gestión que se extienda hasta el cliente externo.

Indudablemente que la excelencia en el servicio para satisfacer una necesidad sólo puede lograrse únicamente después de haberla logrado internamente. Es aquí en donde radica la importancia del cliente interno en el proceso de cualquier institución educativa y/o empresarial.

2.5 Comunicación Organizacional

Definición

Comunicación organizacional, es la aplicación de la comunicación dentro de una organización. Son varias las definiciones en torno al término, por ejemplo Gary Kreps habla de un proceso en el que los miembros de una organización recolectan información de la misma, mientras Carlos Padilla habla de la comunicación organizacional como la esencia, el corazón, el alma de toda organización. Este tipo de comunicación es de gran importancia ya que debe estar presente en todos los momentos que vive la organización involucrando a todos los miembros. Es evidente que los directivos de una organización no conseguirán los resultados esperados de una planificación, organización o control si no existe una verdadera comunicación (Garu, 1995).

Comunicación y satisfacción

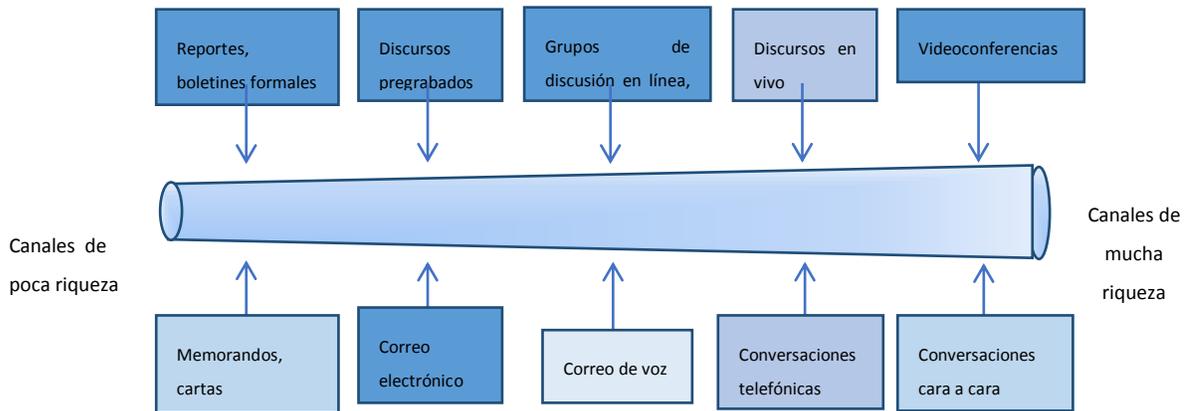
La relación que existe entre la comunicación y el compromiso laboral es muy estrecha, el transmitir una calidad de información a los empleados con respecto a las acciones que realiza la compañía es un factor fundamental

que cobra mayor fuerza en tiempos de crisis o en momentos en que la empresa afronta diversas dificultades, ya que este ambiente provoca un clima de incertidumbre entre los empleados con relación a lo que viene (Durrego & Rivera, 1999).

Canales de comunicación

El ser humano es inminentemente sociable, de no serlo prácticamente no existiría, en cada acción, evento o suceso requiere del lenguaje para entender al emisor, en su vida familiar, profesional y académico depende de la comunicación para poder interactuar con su entorno, ahora, elige un canal de comunicación que haga efectivo el entendimiento entre dos personas o de un colectivo, pero, ¿por qué se elige un canal y por qué mejor no otro? – por ejemplo, enviar un correo en vez de utilizar la tecnología de la comunicación como el Skype- ¿se usa un canal de comunicación porque se cree que es el correcto?, porque así fue enseñado, porque se presiente que debe ser así y es correcto, abordar la selección de un canal de comunicación depende del contexto en el que éste ocurra.

Existen canales que de acuerdo a la exigencia del evento son más o menos efectivos en la emisión y recepción de la información que otros.



Figura# 2: Gráfico de canales de información

Nota: Tomado del libro Comportamiento organizacional (*Robbins, Comportamiento Organizacional, 2004*)

Se puede observar de acuerdo al gráfico lo distintos canales de comunicación que pueden ser utilizados en las organizaciones o instituciones con fines de lucro o no. El canal de comunicación conversación cara a cara es la más efectiva a la hora de comunicarse, se puede llegar a acuerdos, denotar actitudes, malos o buenos comportamientos, la forma de expresión, el tono, etc.

En este canal de comunicación se aprovecha al máximo la retroalimentación en una conversación el cual es inmediato, tan sólo un gesto de desagrado o agrado, sirve como *feedback* para entender que se está conforme o no con un acuerdo o conversación, es a esto que se le llama comunicación verbal y no verbal. Las cartas, memorandos un tanto impersonales como también los reportes formales y boletines tienen la calificación más baja en cuanto a riqueza.

La comunicación a nivel empresarial o institucional requiere de la precisión en elegir un canal sobre otro dependiendo de que si el mensaje es formal o informal, por ejemplo, para el primer tipo de comunicación el cual es más rico en información y retroalimentación y por ende más efectivo, es más favorable en reuniones donde se pretende mejorar procesos o problemas institucionales para el segundo tipo de comunicación como los correos, mensajes tienden a ser más informales, impersonales y requieren de una buena redacción para que no sea mal interpretado por el receptor, este tipo de comunicación debe ser dirigido a procesos rutinarios donde no se dé tanto poder informativo que no pueda ser entendido en su totalidad.

Se ha podido evidenciar que los altos cargos han utilizado este segundo medio cometiendo errores que como consecuencia originan malinterpretaciones que pueden prestarse en la pésima redacción de un correo para el que lo lee. En otros casos, este medio para la alta gerencia es de mayor riqueza informativa porque la utilización efectiva de este recurso reduce tiempo, tiempo que significa dinero para instituciones y/o empresas a pesar de que la ambigüedad exista en este medio de comunicación.

Hoy en día se está entendiendo que el poder de la comunicación sobre todo del primer tipo es más efectivo visto en costo/beneficio. Se pueden acordar reuniones de trabajo los cuales ayudan a que la comunicación fluya de mejor manera dando retroalimentación inmediata a cualquier incoherencia o malinterpretación existente, este evento rechaza el tradicional pensamiento de que el alto directivo desde su sillón puede manejar procesos efectivos desde el segundo medio de comunicación.

2.6 Estilos de comunicación

Las redes formales o informales de grupos grandes o pequeños inciden en los canales de comunicación que se presentan en cada evento organizacional o institucional, estos de no ser efectivos originan reprocesos y estas pérdidas económicas y como consecuencia, sanciones, despidos, reestructuración de la organización en todos los niveles, procesos, personas, negocio, comunicación, clima laboral, entre otros, es un giro de 360° “que gracias” al poder de la comunicación puede ubicar a una organización en el top de las mejores empresas o por culpa de un malentendido que equivale a un nocaut en el primer asalto y que haría desplomar el negocio en poco tiempo.

De acuerdo a Robbins (2004) para el análisis de estas redes de comunicación se debe considerar las siguientes:

- Cadena
- Rueda y;
- Todos los canales.

Aunque estas tres redes se han simplificado en extremo, permiten describir las cualidades únicas de cada una. La cadena sigue en forma rígida la cadena de mando formal, esta red aproxima los canales de comunicación que encontraría en una organización rígida de tres niveles; la rueda depende de una figura central que actúa como el conducto para todas las comunicaciones del grupo.

Estimula la red de comunicación que se encontraría en un equipo con un líder fuerte. La red de todos los canales permite que todos los miembros del grupo se comuniquen activamente uno con otro. La red de todos los canales con frecuencia se caracteriza en la práctica por los equipos auto dirigidos, en los que todos los miembros del grupo son libres para contribuir y ninguna persona adopta el rol de líder.

Entonces, se puede decir por ejemplo, que la estructura de rueda facilita el surgimiento de un líder, la red de todos los canales es mejor si lo que interesa es que los miembros obtengan más satisfacción y, la de cadena es mejor si lo más importante es la exactitud. En todo caso, como conclusión, ninguna red es mejor para todas las ocasiones. (Robbins, 2004)

Los rumores

El sistema formal no es la única red de comunicación en un grupo u organización, también existe otra que son los rumores. Y aunque los rumores son informales, no significa que no sean una fuente de información importante. Por ejemplo, una encuesta reveló que el 75% de los empleados se enteraba por primera vez de ciertos asuntos a través de rumores y chismes.

Los rumores tienen tres características principales. En primer lugar, no están controlados por la administración. En segundo lugar, la mayoría de los empleados los percibe como más creíbles y confiables que los comunicados formales que emite la alta dirección. Y en tercer lugar, son muy utilizados

para servir a los intereses propios de las personas involucradas. (Robbins, Comportamiento Organizacional, 2004)

Uno de los estudios más famosos de los rumores realizado por Keith Davis en 1953 y citado por Robbins en su libro Comportamiento Organizacional (2004), acerca del patrón de comunicación entre 67 personas administrativas en una empresa pequeña de manufactura. El enfoque básico que se usó consistió en preguntar a cada receptor de información de qué manera había recibido por vez primera cierto dato, y después rastrear éste hasta su fuente. Se descubrió que aunque los rumores eran una fuente importante de información sólo el 10% de los ejecutivos actuó como individuo vinculante, es decir que pasaban la información a más de una persona distinta. Viendo esto de forma negativa, la administración podría eliminar los rumores por completo? No. Sin embargo, lo que sí debiera hacer es minimizar las consecuencias negativas de ellos al eliminar su rango y efecto.

Comunicaciones electrónicas

El correo electrónico (o e-mail) utiliza Internet para transmitir y recibir textos y documentos generados en computadora. Su crecimiento ha sido espectacular y ahora es tan ubicuo que es difícil imaginar la vida sin él. Lo que podría suceder de forma negativa con este medio de comunicación es que se interprete mal el mensaje, enviar un correo negativo puede traer consecuencias, uso excesivo del correo, que denotes emociones en el correo, que los correos sean vistos por terceros.

Redes sociales

En ningún lado se ha transformado más la comunicación que en el área de redes sociales. Sin duda le resultan familiares, o tal vez sea un usuario de redes como Facebook, Twitter, etc. Más de 4000 millones de personas usan las distintas redes sociales, siendo Facebook la red con más usuarios, alrededor de 1109 millones, en el caso de twitter se superan los 500 millones, Instagram se encuentra en los 150 millones. (Diario de Sevilla, 2014)

Videoconferencias

Este medio de comunicación permite que personas o distintos grupos de trabajo se encuentren en diferentes ubicaciones y tengan reuniones interactivas en las que pueden verse y hablarse, gracias a que es una herramienta multimedia, incluso puede compartirse material para que todos puedan observarlo (videos, documentos, etc.) (Chacón, 2003).

2.7 Políticas de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana

Las políticas institucionales se definen con el objetivo de dar una orientación, lineamiento que seguir, la UPS cuenta con diversas políticas, todas ellas responden a la ideología de la universidad, van enmarcadas de acuerdo a la misión, visión; en lo que a comunicación se refiere: las políticas buscan ser apoyo de las acciones de comunicación ya sea externas o internas de la institución. Los servicios comunicacionales que se brindan son de tipo:

- Informativo

- Propositivo
- De integración
- De conocimiento
- Promocional
- Formativo

Entre los principios de comunicación están la veracidad, transparencia, responsabilidad, participación, equidad, libertad, democracia, etc. En cuanto a la responsabilidad de realizar la comunicación institucional, los principios definen que todos los miembros son corresponsables de hacerla y de usar correctamente los medios y canales de que dispone la institución.

Entre las finalidades principales se expresa que la comunicación debe mantener sinergia con las IUS (Instituciones universitarias salesianas) y con otras universidades e instituciones, así mismo debe procurar realizar una colaboración eficiente en las relaciones entre miembros de la comunidad educativa, y así mismo busca promover, difundir, fortalecer la imagen de la UPS (Universidad Politécnica Salesiana, s.f.).

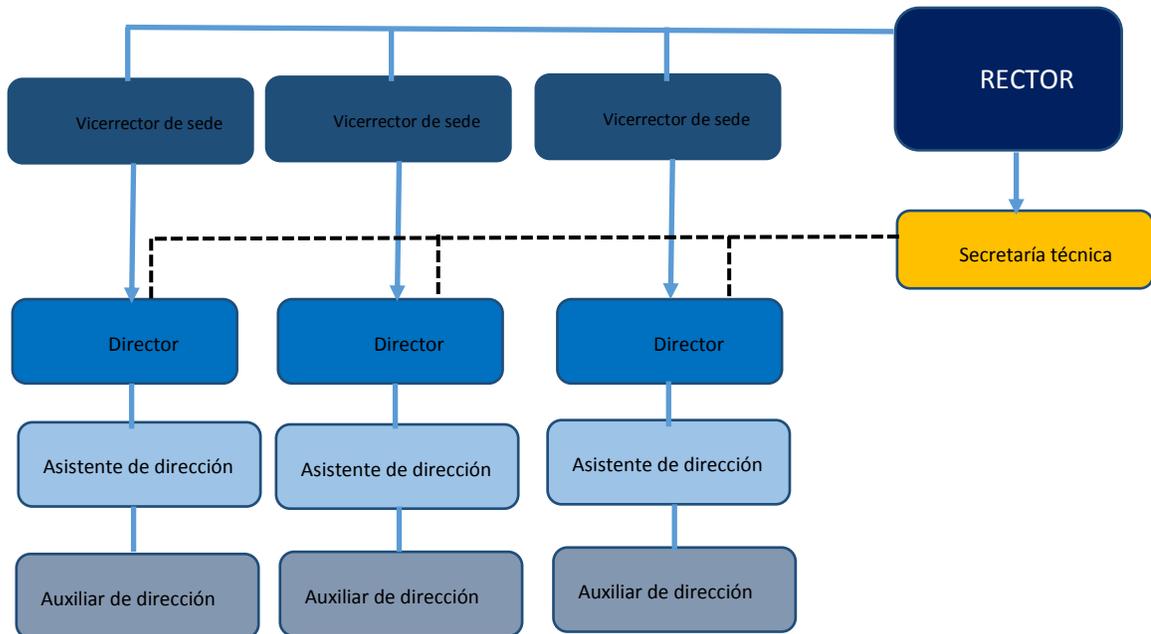
2.8 Análisis de la situación actual de comunicación y cultura de la UPS Guayaquil.

El departamento de comunicación y cultura es la instancia directa de la comunicación en cada sede de la UPS; en la sede Guayaquil, está conformado por 3 personas: Director técnico, asistente y el auxiliar, ellos no solo trabajan en el ámbito de la comunicación, sino en todo lo que respecta al ámbito cultural, tienen a cargo 11 grupos culturales y comunicacionales, se

encargan de responder a cada uno de los requerimientos de todos los departamentos de la universidad. El director técnico es un periodista con experiencia internacional, mientras que el asistente y la auxiliar son estudiantes de los últimos niveles de la carrera de comunicación social en la UPS. Este equipo debe hacer frente a las múltiples necesidades de comunicación de toda la sede, pero además debe responder a distintas responsabilidades culturales.

2.9 Organigrama de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana

La UPS como se mencionó en los antecedentes, tiene su matriz en la ciudad de Cuenca y tiene 2 extensiones que están en Quito y Guayaquil, pero siempre manteniendo la misma identidad. En la práctica se procura tener una administración descentralizada donde cada sede actúa acorde a su realidad, así mismo cada una tiene sus autoridades, pero procurando mantener la unidad nacional, por esto es necesario conocer el organigrama del departamento de comunicación:



Figura# 3: Diagrama del organigrama de comunicación de la UPS

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013).

Es importante recalcar que en cada sede la máxima autoridad en comunicación es el director técnico, quién a su vez tiene como su jefe directo al vicerrector de sede. Cada director de comunicación cuenta con un equipo de trabajo conformado por el asistente y auxiliar de comunicación; la integración de todo lo que hace Cuenca, Quito y Guayaquil, la realiza el secretario técnico de comunicación (que comúnmente es uno de los 3 directores técnicos) y esta persona tiene la responsabilidad de consolidar la información de la matriz y sus extensiones, este a su vez trabaja también con el auxiliar de publicaciones, partiendo de esta estructura, es necesario entender las funciones que cumplen cada uno dentro de los procesos de comunicación, tal como se especifican en el manual de procedimientos

elaborado por el comité de gestión por procesos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013).

Secretario técnico de comunicación

Es quien reporta directamente al rector de la universidad, todo lo concerniente a comunicación de la UPS, es el encargado directo de promover la gestión cultural y académica de la institución, entre sus responsabilidades están:

- Establece líneas generales de planes de acción y estrategias de comunicación y cultura acordes con las políticas del área.
- Apoyo en la coordinación y organización de toda clase de eventos de la universidad, sean culturales, científicos, académicos.
- Fortalece vínculos entre las instancias superiores (Rectorado y sedes) con las demás instancias de gestión de la institución.
- Apoya la creación de productos culturales y comunicacionales.
- Promueve la interacción de docentes, estudiantes y administrativos.
- Gestiona espacios para coordinación, colaborar e intercambiar experiencias con otras instituciones de la congregación salesiana.
- Promueve acciones de relaciones públicas con medios de comunicación y sectores de opinión.
- Planifica los materiales, logística y recursos humanos necesarios para la creación de los productos comunicacionales.
- Constituye comités o consejos editoriales, ya sea a nivel nacional o de sede, dependiendo del producto o soporte de tipo comunicacional, con el fin de establecer los criterios de publicación de acuerdo a la misión y visión de la universidad.

Director técnico de comunicación

Es el responsable directo de la comunicación en cada sede, trabaja directamente con el vicerrector, y nacionalmente trabaja en conjunto con el secretario técnico de comunicación, a diferencia de este, el director tienen como misión: dirigir todas las actividades culturales y académicas que se dan en la sede, con el fin de promover los vínculos necesarios entre los miembros de la comunidad universitaria usando medios de comunicación tecnológicos y culturales, entre sus funciones están:

- Gestiona que la UPS participe en eventos de cultura y académicos externos.
- Coordina el proceso de diseño de material publicitario.
- Coordina impresión de certificados.
- Asiste a reuniones institucionales.
- Gestiona recursos para el área.
- Entrega informes.
- Coordina la promoción académica de la universidad.
- Planifica las actividades del POA (Plan operativo anual).
- Coordina todo tipo de eventos de la sede.
- Supervisa la actualización de la página web.
- Coordina club de noticias estudiantes y los grupos culturales y comunicacionales.

A su vez este director tiene un asistente y auxiliar que se encargan de desarrollar las actividades según los procedimientos del área, además de dar soporte a las mismas. Según esto el organigrama de comunicación en la sede está conformado de la siguiente manera:



Figura# 4: Diagrama del organigrama de comunicación de la UPS Guayaquil

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Auxiliar de publicaciones

Esta persona tiene como misión dar apoyo a los procesos de cultura y comunicación de la UPS, trabaja directamente con el secretario técnico de comunicación y cultura y tiene como responsabilidades:

- Revisión de los textos para publicaciones.
- Mantiene contacto con los editores de la Universidad.
- Organiza la agenda de publicaciones.

- Contacta a los articulistas.
- Organiza y documenta información.

Consejo de publicaciones

En el capítulo II del estatuto universitario se habla de los organismos de gestión y animación, entre ellos se encuentra el consejo de publicaciones, que es el responsable de la gestión y conducción de las publicaciones de la UPS, es el que define las normativas y políticas para la difusión de contenidos acordes con la misión de la institución. Está integrado por: el rector de la universidad, el editor general, los editores de revistas de la institución, y el director de la editorial Abya Yala (Universidad Politécnica Salesiana).

Consejo editorial

Cada revista de la institución tiene su propio consejo editorial, cuyo fin es analizar y seleccionar la información a ser publicada acorde a la línea de la revista y siempre basándose en las políticas de comunicación institucional, se conforma con personas que tengan pertinencia con la línea profesional de la revista.

2.10 Editorial Universitaria Abya Yala

Esta editorial es la encargada de publicar, promocionar, distribuir las publicaciones de la universidad, entre las cuales están los libros, revistas, y el informativo de la universidad Notiups. Abya Yala tiene una estructura a parte del departamento de comunicación y cultura, y en esta estructura, cuenta con un editor general y editores de revista.

Editor general

Tiene como misión el fomentar, organizar, evaluar, etc todas las actividades de investigación en las diferentes revistas indexadas de la universidad, así mismo se encarga de dar los lineamientos en la redacción y presentación de las revistas. Entre sus principales responsabilidades están:

- Gestiona el programa de publicación.
- Realiza tablas de contenidos para la posterior redacción de revistas.
- Organiza sistemas para evaluar originales.
- Revisa y corrige versión final de manuscritos.
- Dirige el proceso de producción.
- Crea políticas editoriales.
- Revisa artículos presentados para evaluar su publicación.
- Edita y revisa redacción de artículos, acorde al manual del estilo de cada revista.

Editor de revista

Tiene como misión coordinar con las diferentes carreras de la universidad los criterios y políticas para desarrollar la investigación universitaria. Entre sus responsabilidades están:

- Apoya al editor general para desarrollar la política editorial de la revista.
- Realiza la publicación y redacción de artículos vistos en la tabla de contenido.
- Promueve que se conozca el contenido que posee cada revista.

- Organiza la distribución de las revistas hacia los estudiantes, y gestiona que se archive una copia en la biblioteca universitaria.
- Realiza fichas de archivo y traducciones.

2.11 FODA de comunicación de la UPS frente a la aplicación de la LOES

Fortalezas

- Cuenta con un departamento de comunicación.
- Posee medios de comunicación impresos, audiovisuales, internet.
- Políticas de comunicación definidas.
- Grupos de comunicación.
- Contar con una carrera de comunicación social.
- La categoría actual de la UPS.

Oportunidades

- La comunicación que está realizando el estado respecto a los cambios en la educación superior.
- La publicación de las categorías de las universidades, en las que instituciones más reconocidas han sido categorizadas en una escala menor a la UPS.

Amenazas

- Poco interés de informarse de parte de gran parte de los miembros de la comunidad universitaria.
- Rumores, especulaciones.

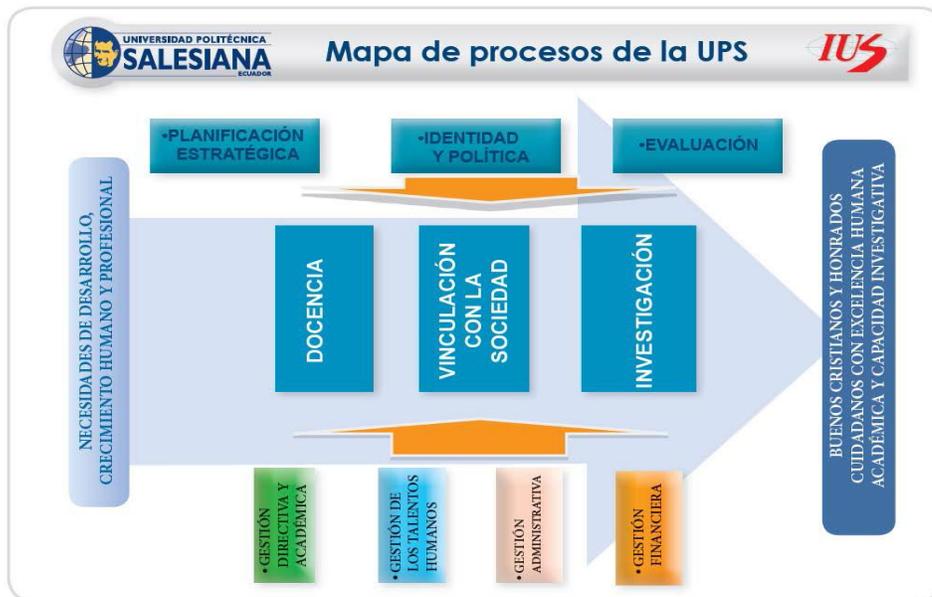
- Políticas de comunicación nacionales a las que deben adaptarse las locales.
- Decisiones nacionales, que no siempre responden a la realidad local.

Debilidades

- Departamento de comunicación unificado con el de cultura.
- Falta de estrategias efectivas de comunicación respecto a los cambios que realiza la UPS.
- Recursos comunicacionales desperdiciados.
- Estilo de comunicación formal.
- Desconocimiento de los cambios que realiza la UPS en relación a lo exigido por la LOES por parte del personal de comunicación.
- Procesos demasiado largos para solicitar de parte de cualquier instancia que se comunique algo a la comunidad universitaria.
- Las instancias académicas no cuentan con personal de comunicación que transmita los procesos académicos.

2.12 Procesos claves de la UPS.

El tema de gestión por procesos dentro de la UPS, es algo que a finales del 2012 se decidió comenzar en la institución, y para esto se creó la unidad de gestión por procesos. A inicios del 2013 se comenzó con el levantamiento de información de cada área o departamento, para posteriormente analizar y diseñar los procesos, para que una vez diseñados se oficialicen y cada área se rija por ellos y los aplique, pero la realidad es que estos procesos no fueron aprobados por el consejo superior, pero sin embargo se cuenta con el documento que contiene la información levantada a cada área y esta sirve de guía para conocer la manera como se hacen las cosas, sobre todo en el área de comunicación. Para esto son necesario los procesos claves de la institución como se presentan en el siguiente gráfico:



Figura# 5: Gráfico mapa de procesos de la UPS

Nota: Adaptado del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Dentro del mapa de procesos de la universidad se han clasificado los mismos en 3 tipos:

- Estratégicos
- Misionales
- Apoyo

Dentro de los procesos misionales se encuentra el ámbito de vinculación con la sociedad, y dentro de este se encuentra el área de comunicación y los que tienen relación con la misma.

Procesos de comunicación.

Los procesos de comunicación están clasificados dentro del departamento de comunicación y cultura, pero adicionalmente hay instancias independientes a dicho departamento, que se encargan de la publicación y elaboración de contenidos de distintos medios comunicacionales de la institución.

De todos estos procesos se analizará los que tienen relación directa con el tema de la presente tesis, es decir que no se tomarán en cuenta los procesos del área cultural. Así mismo hay que diferenciar entre los procesos nacionales y los locales. En lo nacional se encuentran los de secretaría técnica de comunicación y cultura, la editorial Abya Yala, el consejo de publicaciones y el consejo editorial, mientras que en los procesos locales están los de la dirección técnica de comunicación y cultura, pero, a pesar de que el tema de tesis refiere sobre la comunicación de la UPS Guayaquil, sin

embargo es necesario abordar los procesos nacionales que tienen incidencia directa sobre las decisiones y acciones locales de comunicación.

Acorde a esto el análisis de procesos se realizará en torno a la secretaría técnica y la dirección técnica de comunicación y cultura, ya que son los encargados directos de la comunicación en la Universidad; luego, los responsables de publicaciones: Abya Yala, Consejo de publicaciones, etc, se encargan más directamente del tema de investigación de la UPS y por ende de las publicaciones científicas (libros, revistas indexadas), exceptuando el caso del proceso de publicación del NotiUPS (noticiero de la universidad) y la revista Utopía que son más afines a la comunicación del acontecer universitario y estos procesos si están dentro de la Editorial Abya Yala, por ende serán analizados (Ver tabla 10 Anexo 9).

Procesos de la secretaría técnica de comunicación y cultura

De los varios procesos que tiene la secretaría técnica, se analizará solo los que inciden en el ámbito de la comunicación de cada sede:

Administración de la secretaría técnica de comunicación y cultura

En este se puede observar claramente que la secretaría técnica es la que, da los lineamientos y procura la conexión entre todas las sedes para que todas estén alineadas a la cultura de la UPS (Ver tabla 11 Anexo 9).

Elaboración de políticas de comunicación y cultura

En este proceso se observa como la secretaría técnica cumple la labor delicada de elaborar las políticas nacionales, que vienen a ser las directrices en las que se guiará toda acción de comunicación desempeñada en cada una de las sedes (Ver tabla 12 Anexo 9).

Administración de página web

Es un proceso bastante complejo, ya que a pesar de que la secretaría técnica de comunicación y cultura administra la página web, sin embargo necesita de los encargados de las tecnologías de la información para cumplir esta labor, la información que se publica es en base a requerimientos que hacen las distintas instancias de la UPS, cabe recalcar que es un medio nacional donde se publica noticias de las 3 sedes (Ver tabla 13 Anexo 9).

Procesos de la dirección técnica de comunicación y cultura

Así como en el caso anterior, se analizará los procesos que sean acordes al tema, ya que al estar unidas las áreas de comunicación y cultura hay procesos de las 2.

Coordinación del club de noticias estudiantiles UPS (CCNEUPS)

Este proceso es clave porque de la buena coordinación del club CCNEUPS, depende la información a publicarse en el noticiero institucional, las publicaciones en la revista Utopía, y en el canal de internet UPS Channel. Por medio de este proceso se busca promover la identidad salesiana a la

comunidad universitaria, a través de los medios de comunicación con que cuenta la institución, adicional a esto son los encargados de hacer llegar el medio impreso a estudiantes, docentes, administrativos (Ver tabla 14 Anexo 9).

Elaboración de productos comunicacionales.

Durante todo el año la institución tiene distintos eventos, campañas, etc, y las distintas instancias universitarias, necesitan elaborar afiches, gigantografías, dípticos, trípticos, etc. para hacer conocer a la comunidad educativa, este proceso tiene como propósito impulsar dichas prácticas a través de la comunicación (Ver tabla 15 Anexo 9).

Procesos de la editorial universitaria Abya Yala

En este caso, de los procesos de la editorial Abya Yala se abordarán los procesos que tienen que ver con la publicación del NotiUPS, y de la revista Utopía.

Publicaciones de NotiUPS.

Luego de que el club de noticias CCNEUPS, a su vez coordinado por el director técnico de comunicación, han realizado el proceso de recopilación de información para desarrollar las noticias, entra el proceso de edición del NotiUPS, que está a cargo de Abya Yala, cuyo fin es informar a la comunidad educativa de la UPS y hacia afuera, acerca del acontecer diario de la institución. (Ver tabla 16 Anexo 9).

Publicaciones de Utopía.

Este proceso es muy parecido al de la publicación del noticiero, con la diferencia que este tiene por fin, promover el pensamiento de los estudiantes a través de la revista Utopía, por eso en el proceso de elaboración de contenidos intervienen estudiantes tratando temas de interés de ellos relacionados con la realidad del joven universitario (Ver tabla 17 Anexo 9).

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 Marco metodológico

Para desarrollar estrategias efectivas de comunicación que ayuden a evitar, o en su defecto, reducir percepciones negativas por parte de clientes internos y externos acerca del servicio que la universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil oferta bajo el marco de la nueva ley de educación superior, se aplicará el método analítico sintético, que permitirá realizar un análisis de distintos aspectos de la LOES, así como de la situación de la UPS Guayaquil frente a la aplicación de la misma, pero sobretodo permitirá analizar los distintos ámbitos de la comunicación de la sede, para luego sintetizarlos en las estrategias que permitan abordar el problema planteado. Una investigación de nivel descriptiva de tipo exploratoria documental, ayudará a conocer con más profundidad todos los detalles en torno al problema central, mediante la revisión y análisis documental de la nueva ley de educación, documentos elaborados a partir de la aplicación de la nueva ley al interior de la UPS, investigaciones periodísticas, etc.

El nivel descriptivo de la investigación será de gran utilidad para recabar información importante de parte de los implicados, en este caso colaboradores y estudiantes y conocer opiniones, e identificar las percepciones que tienen sobre las acciones que se practican en torno a la aplicación de la nueva ley, pero sobretodo ver que tan efectiva ha sido la comunicación de estas acciones a la comunidad universitaria.

3.2 Novedad y viabilidad de la investigación

El tema resulta de gran utilidad para los miembros de la comunidad educativa universitaria de la UPS Guayaquil, sobre todo para los que tienen la responsabilidad de gestionar la comunicación, así mismo sirve de referencia para otras instituciones de educación superior, debido a que la LOES se aplica a todas, ya que al ser la ley relativamente nueva, muchos de los efectos aún no son del todo visibles, hay mucha incertidumbre respecto a la aplicación de muchas de las exigencias de la nueva ley y a los cambios que en la actualidad se siguen dando, no solo en la UPS sino en todo el ámbito universitario del país. En todo caso se cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo la investigación, tanto materiales, financieros, humanos, etc., lo cual hace viable cumplir con los objetivos propuestos.

3.3 Elección del diseño de investigación

Una vez definida la metodología que se usará para este trabajo, se debe elegir el diseño que se ajuste a los requerimientos de información, y para esto el más apropiado es el diseño no experimental, que permitirá estudiar las implicaciones de la buena o mala comunicación en el entorno natural de la universidad, en el diario vivir de los clientes internos y externos, para ello se recurrirá a fuentes documentales, ya que proveen de información acorde al tema de tesis, luego se procederá a buscar información de campo, es decir en las aulas, en el entorno habitual de trabajo.

3.4 Selección y determinación de la muestra

La Universidad Politécnica Salesiana Guayaquil en el periodo 43 cuenta con una población de 5.515 estudiantes de pregrado entre las 7 carreras que oferta, estas son: Administración de empresas que es la de mayor población, con un número de 1.698 estudiantes, contabilidad y auditoría 972 estudiantes, ingeniería de sistemas 833 estudiantes, ingeniería electrónica 828 estudiantes, ingeniería eléctrica con 448 estudiantes, comunicación social 372 estudiantes e ingeniería industrial con 364 estudiantes, por lo cual se trabajará con una población finita, y un muestreo probabilístico, ya que se aplicarán las encuestas de manera aleatoria. De acuerdo a esto, de los 5.515 estudiantes se ha calculado la muestra, trabajando con un margen de error del 2,012% y un nivel de confianza del 95%, obteniendo como resultado del cálculo de la muestra: 1.660 estudiantes.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1)e^2 + Z^2 P Q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 5515}{(5515 - 1)2,012^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = 1660$$

De la misma manera se ha obtenido una muestra de 47 estudiantes de los 53 que pertenecen a postgrado lo que indica que trabajamos con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1)e^2 + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 53}{(53 - 1)0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = 47$$

Otro grupo estudiado es el de los docentes de la institución que actualmente son 286, de los cuales se ha calculado una muestra de 164, con un margen de error y nivel de confianza del 5%, entre los integrantes de la muestra se ha seleccionado tanto a docentes de tiempo completo, medio tiempo y tiempo parcial.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1)e^2 + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 286}{(286 - 1)0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = 164$$

Finalmente el personal administrativo conformado por 71 personas, de las cuales se ha estudiado a la totalidad.

3.5 Identificación de variables e indicadores.

Las variables identificadas en el presente tema son:

Dependiente: Estrategias de comunicación sobre la nueva ley de educación superior.

Independiente: Satisfacción de clientes internos y externos de la Universidad politécnica Salesiana de Guayaquil.

3.6 Matriz de operacionalización de variables.

Variable independiente: Estrategias de comunicación sobre la nueva ley de educación superior.

Tabla# 4

Variable independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	TIPO DE VARIABLE	CATEGORÍAS	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
Estrategias de comunicación sobre la nueva ley de educación superior.	Independiente	Estrategias de comunicación	Medios de comunicación institucional. Dirección de comunicación.	Observación. Entrevista.

Nota: Elaboración propia

Variable dependiente: Satisfacción de clientes internos y externos de la Universidad politécnica salesiana de Guayaquil.

Tabla # 5

Variable dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	TIPO DE VARIABLE	CATEGORÍAS	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
Satisfacción de clientes internos y externos de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.	Dependiente	Estudio de mercado.	Nivel de satisfacción de estudiantes de pregrado.	Encuestas.
			Nivel de satisfacción de estudiantes de postgrado.	Encuestas.
			Nivel de satisfacción de docentes.	Encuestas.
			Nivel de satisfacción de personal administrativo.	Encuestas.

Nota: Elaboración propia

3.7 Instrumentos de recolección de datos.

Entre los instrumentos a usar para recopilar información se encuentran: encuestas aplicadas a Clientes internos de la institución: Docentes y personal administrativo, y a clientes externos: Estudiantes de pregrado y postgrado. De la misma manera se aplicará 2 entrevistas: al Director de planificación que está a cargo del proceso de acreditación de la universidad y a la directora del departamento de comunicación porque es la persona más indicada para decir lo que se ha hecho en comunicación respecto a los cambios que la universidad está realizando acorde a lo exigido por la nueva ley de educación superior.

3.8 Técnicas de investigación y pasos a utilizar.

Luego de definir los instrumentos de investigación, se aplicará una ficha para analizar los procesos de comunicación, se empleara la técnica de observación usando como instrumento una ficha que permitirá identificar las características de los medios institucionales para luego relacionarlos con la aceptación de estos de parte de la comunidad universitaria, dichos datos serán recogidos de las encuestas, para las que se desarrollará 3 tipos de cuestionarios: 1 cuestionario será aplicado tanto a estudiantes de pregrado como de postgrado, otro cuestionario para docentes y uno más para el personal administrativo, para realizar estas encuestas se usará la técnica del muestreo probabilístico exceptuando en el caso del personal administrativo en que se aplicará no a una muestra sino a la totalidad de ellos.

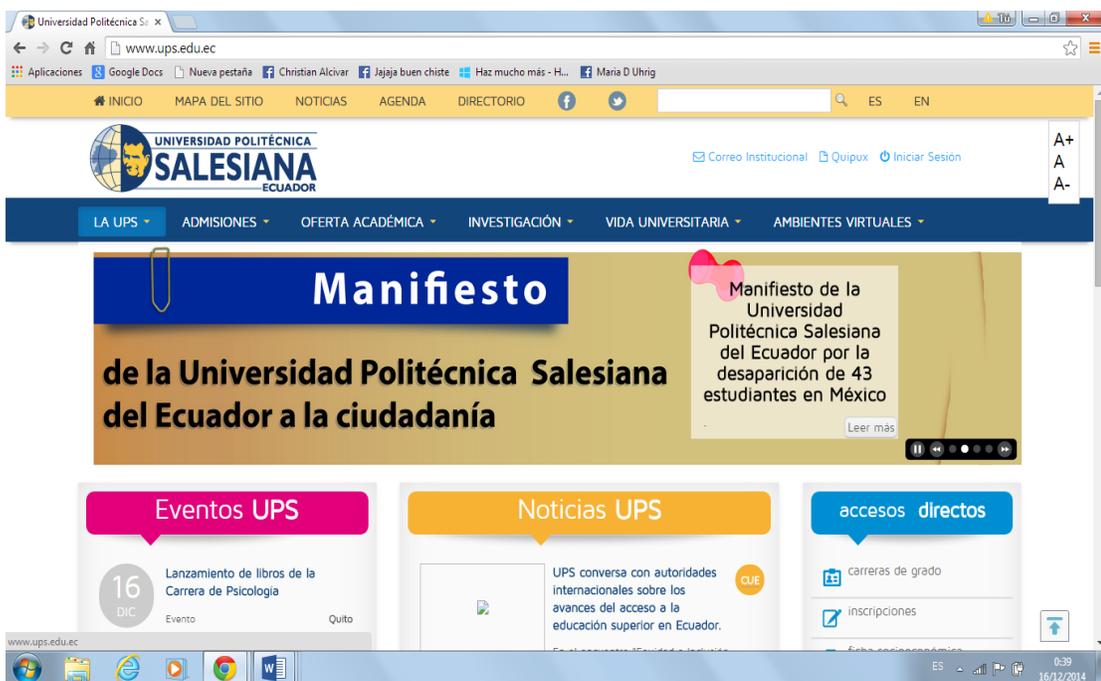
De la misma manera se aplicará un cuestionario diferente para las 2 entrevistas a realizar, al director de planificación y a la directora de comunicación de la sede.

CAPITULO IV

4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1 Análisis de los medios de comunicación institucionales.

Página Web.



Figura# 6: Fotografía de Página Web de la universidad

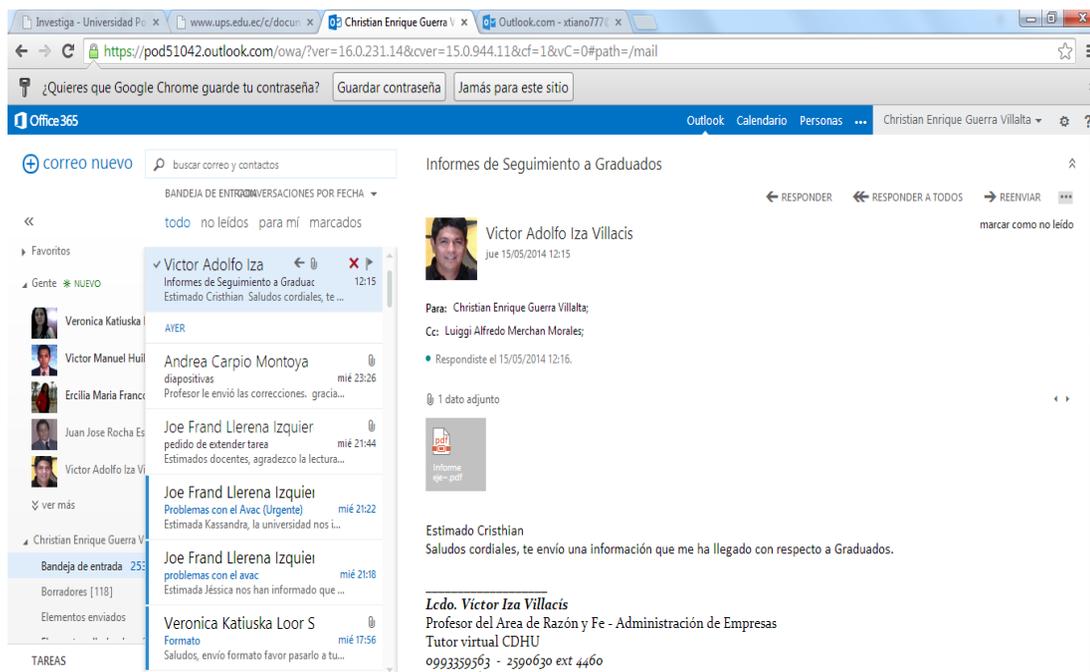
Nota: Adaptado de la página web de la Universidad Politécnica Salesiana

La página web de la Universidad es el medio oficial de la Universidad a nivel nacional, recientemente paso por una renovación, es administrada de forma centralizada y desconcentrada, no solo tiene por fin informar, sino que a través de ella se puede acceder al correo institucional, la plataforma virtual (AVAC) y otros portales que van con los fines de la universidad, como repositorios de documentación institucional y recursos de interés.

En lo que a cambios exigidos por la nueva ley se refiere, constantemente se publican documentos, reglamentos, noticias, por ejemplo, se puede encontrar los salarios actualizados de acuerdo a cargos y escalafón docente, el horario de los docentes y muchas otras informaciones de interés de la comunidad universitaria.

En cuanto a información se puede decir que la página tiene todo lo necesario referente al quehacer universitario, constantemente se la está actualizando y sobretodo es muy útil en el aspecto de que por medio de la misma página se puede acceder al correo, se puede hacer el proceso de matriculación, se puede acceder a la plataforma virtual, se puede acceder a las bibliotecas virtuales, se puede revisar las notas, roles de pagos en el caso de docentes, horarios, etc. Lo que se debe analizar en este punto es, si la página resulta amigable con el usuario y si resulta atractiva para el mismo.

Correo



Figura# 7: Fotografía Correo institucional de la UPS

Nota: Adaptado del correo institucional UPS.

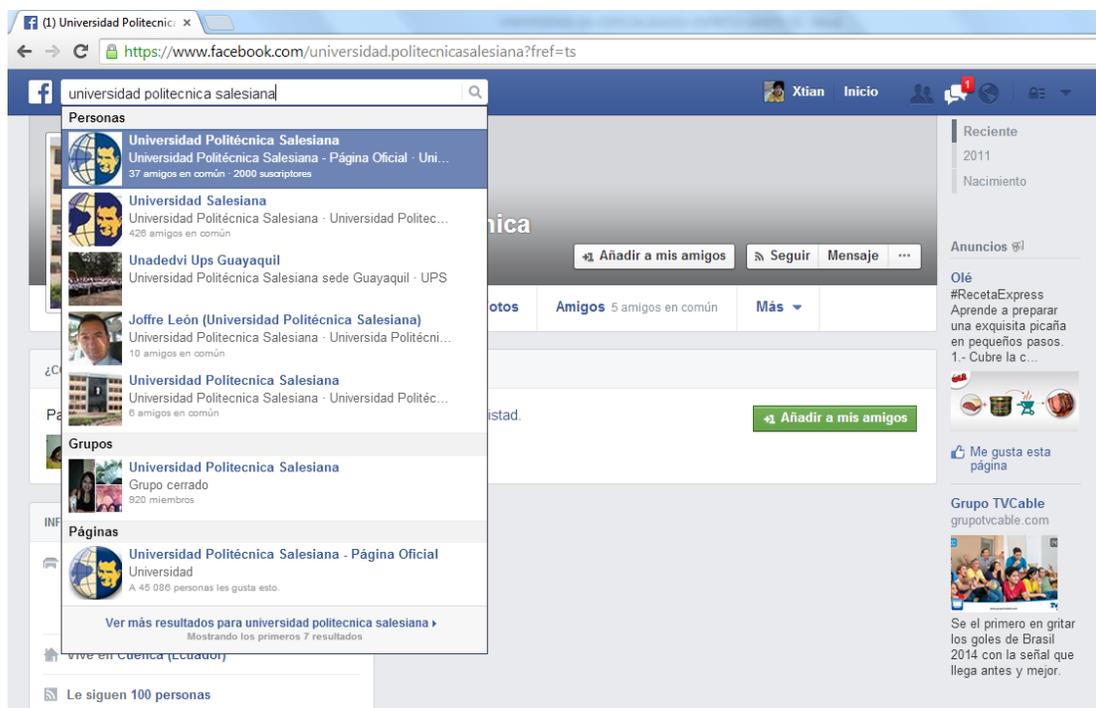
Es el medio de comunicación formal a través del cual se da la comunicación nacional y local, de todos los asuntos concernientes a las actividades diarias de la institución, por este medio se da una comunicación entre todos los miembros de la comunidad educativa universitaria.

Redes sociales

Facebook

En la cuenta de Facebook de la sede se publican informaciones de interés para la comunidad universitaria, así como reflexiones. Al hacer un análisis de

este medio se puede notar, que al digitar Universidad Politécnica Salesiana en el buscador de Facebook, aparecen varios perfiles, lo que provoca complicaciones al momento de identificar cuál es la cuenta oficial de la universidad, y más difícil aún identificar cuál es la cuenta de la sede Guayaquil.



Figura# 8: Fotografía de búsqueda de la cuenta de Facebook de la UPS

Nota: Adaptado de la red social Facebook.

Ya dentro de la cuenta de Facebook de la Universidad Salesiana de Guayaquil, se puede notar que la dinamica de la página gira en torno a la publicación de reflexiones, noticias de interes de la comunidad universitaria y un lugar de consultas y quejas de los estudiantes.



Figura# 9: Fotografía de cuenta de Facebook de la Universidad Salesiana de Guayaquil.

Nota: Adaptado de la cuenta de Facebook de la UPS Guayaquil.



Figura# 10: Fotografía Contenido e interacciones de Facebook.

Nota: Adaptado de la cuenta de Facebook de la UPS Guayaquil.

Se puede también encontrar cuentas de Facebook de otras instancias institucionales como la federación de estudiantes (FEUPS), de las carreras, del departamento de pastoral, del Ups Channel, etc., donde cada instancia publica asuntos de su interés como departamento o área.



Figura# 11: Fotografía Cuentas de Facebook de instancias universitarias de la UPS Guayaquil.

Nota: Adaptado de las cuentas de Facebook de distintas instancias universitarias.

Analizando la comunicación a través de Facebook, se puede notar que no existe integración, cada quién comunica por su lado, no hay conexión ni contribución a un mismo fin, incluso al ingresar en algunos de estos portales, es evidente que algunos no se actualizan, y en sus publicaciones tienen pocos likes y comentarios.



Twitter

Figura# 12: Fotografía cuenta Twitter de la UPS.

Nota: Adaptado de la cuenta Twitter de la UPS nacional.



Figura# 13: Fotografía noticias de la cuenta Twitter de la UPS.

Nota: Adaptado de la cuenta de Twitter de la UPS nacional.

La cuenta twitter de la UPS es de administración nacional, aquí se publican noticias puntuales de las 3 sedes, la red social twitter permite 140 caracteres, lo cual lleva a ser muy concreto en la información.

NotiUPS



Figura# 14: Fotografía página del NotiUPS

Nota: Adaptado de la página web de la UPS.

Este es el periódico de la Universidad, por medio del cual se informa hacia dentro y hacia afuera, es de publicación bimensual, se entrega gratuitamente en las entradas a los distintos edificios de la universidad.

Carteleras

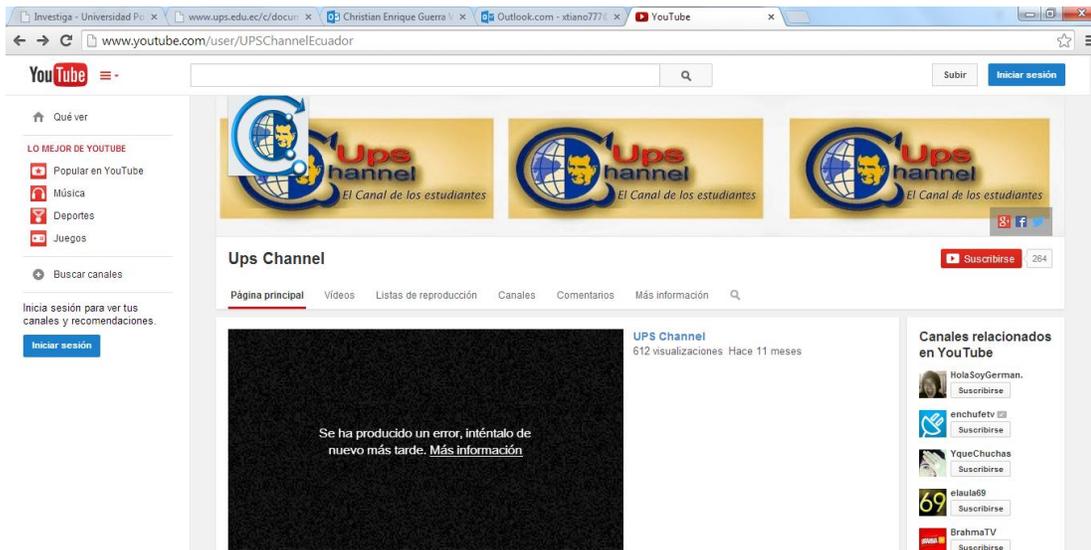


Figura# 15: Fotografía Carteleras de la UPS Guayaquil.

Nota: Cartelera de la carrera de comunicación social, en ella se publica horarios, eventos, avisos varios para estudiantes y docentes.

En cuanto a carteleras hay unas que son administradas por las direcciones de carrera, que las usan para publicar comunicaciones importantes para sus estudiantes, así mismo hay carteleras generales en otras partes de la universidad que son administradas por el departamento de comunicación donde se publica información de interés para toda la comunidad universitaria, ya sean eventos, anuncios de cursos, etc.

Ups Channel



Figura# 16: Fotografía Canal de YouTube del Ups Channel

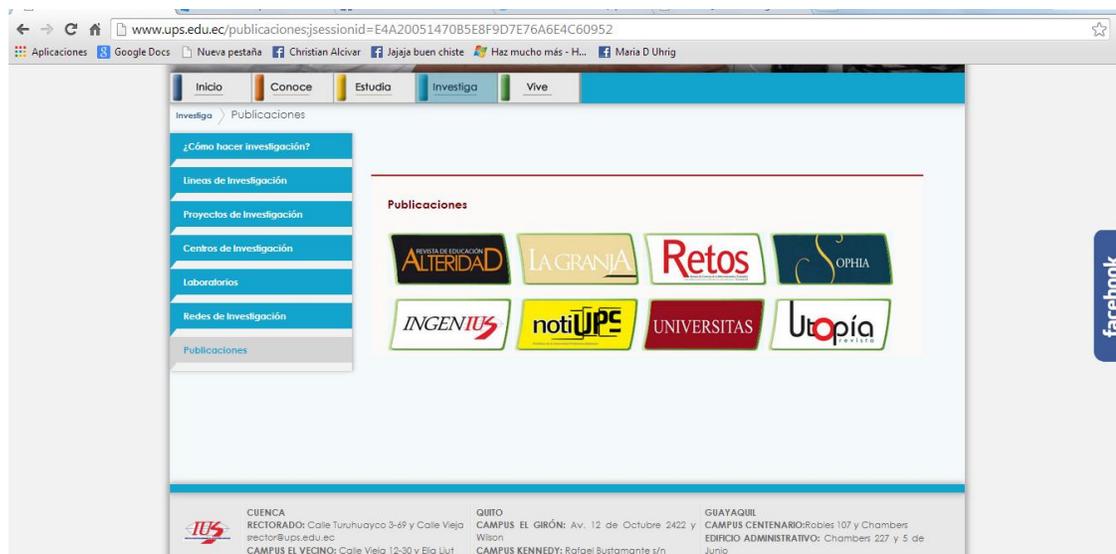
Nota: Adaptado del canal de YouTube de Ups Channel.

Ups Channel, denominado el canal de los estudiantes es el medio institucional más reciente, nace en Guayaquil como iniciativa del departamento de comunicación en conjunto con la carrera de comunicación social, a través del cual se transmiten noticias y temas de interés para jóvenes y para toda la comunidad universitaria.

Publicaciones

También se cuenta con distintas publicaciones que su principal objetivo es la investigación, por lo general son de publicación semestral y están clasificadas por áreas, por ejemplo Utopía es considerada la revista de la pastoral, INGENIUS es de ciencia y tecnología, Alteridad es una revista de

educación, LA GRANJA revista internacional, física y electrónica bilingüe, RETOS es de ciencias administrativas y económicas, SOPHIA es una colección de filosofía de la educación, UNIVERSITAS de ciencias humanas y sociales. Estas publicaciones son de suma importancia para la institución, ya que el contar con revistas indexadas es un indicador importante para la acreditación, a pesar que actualmente las revistas institucionales están en latindex y para puntuar se necesita tener publicaciones en scopus, por eso actualmente se está haciendo lo necesario para que las publicaciones lleguen a scopus.



Figura# 17: Fotografía Publicaciones Universitarias

Nota: Adaptado de la página web de la UPS.

4.2 Análisis de procesos de comunicación institucional.

Al estar juntas las áreas de comunicación y cultura, los procesos de las mismas están mezclados, y esto puede ser un problema ya que en la práctica puede darse mayor importancia a una de estas áreas y descuidar la

otra, un ejemplo claro de esto, es el hecho que en comunicación no se haya priorizado la necesidad comunicar constantemente a la comunidad acerca de los cambios que la institución está realizando en el marco de la LOES.

4.2.1 Procesos de la secretaria técnica de comunicación.

Administración de la secretaría técnica de comunicación y cultura.

Al ser la UPS una universidad con 1 matriz y 2 extensiones, es necesario establecer lineamientos nacionales, y a su vez lograr la integración Cuenca, Guayaquil y Quito, basado siempre en la misión, visión y valores institucionales, por esto es importante que la secretaría técnica lleve el proceso para trabajar alineados. (Ver tabla#18 Anexo 10)

Elaboración de políticas de comunicación y cultura.

Es clave la comunicación que tiene el secretario técnico con las autoridades máximas de la institución, así se garantiza que conozca lo que busca la UPS nacional, y esto a su vez en su comunicación con los directores técnicos de cada sede garantiza que las políticas se apliquen a nivel nacional. (Ver tabla#19 Anexo 10)

Administración de página web.

Al ser la página web de la universidad un medio nacional, esta comunicación, que ya se mencionó en los procesos anteriores entre la secretaría técnica y las direcciones técnicas, es fundamental para ir actualizando la página con noticias de cada sede, los filtros de verificación de

contenido son necesarios porque este es un medio oficial y relevante para los fines de la institución. (Ver tabla#20 Anexo 10)

4.2.2 Procesos de la dirección técnica de comunicación.

Coordinación del club de noticias estudiantiles (CCNEUPS).

Este proceso es algo largo, pero fundamental para contenidos de medios de comunicación institucional, el grupo CCNEUPS, está conformado por estudiantes de distintas carreras que se interesan por comunicar, este proceso desemboca en la creación de las revistas Utopía, el noticiero NotiUPS, incluso genera aportes importantes al contenido del UPS Channel, el problema que se detecta en este proceso, es al final, ya que al incluir al guardia de seguridad en el proceso, no se garantiza la difusión de los medios en toda la sede, si bien es cierto que los guardias se encuentran en las entradas de la universidad, sin embargo su labor principal es otra. (Ver tabla#21 Anexo 10)

Elaboración de productos comunicacionales.

Son muchas las instancias o departamentos que requieren para distintos eventos, la elaboración de publicidad, folletos, gigantografías, etc., por lo general los tiempos de entrega son aceptables, el problema radica en el momento que hay que recurrir a un diseñador externo, ya que los tiempos dependen de la cantidad de trabajo que tengan esos diseñadores y del tiempo que se tome el departamento administrativo en gestionar las

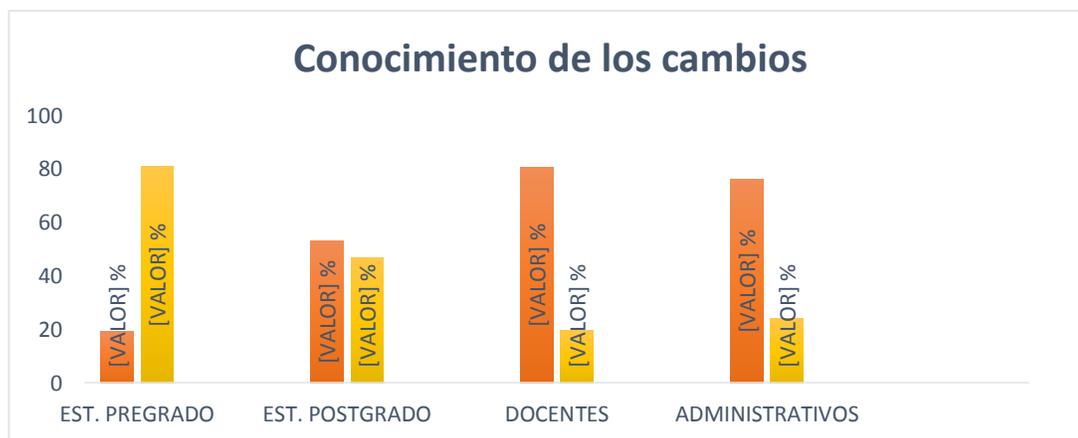
impresiones necesarias, esto genera mayor gasto de tiempo y dinero. (Ver tabla#22 Anexo 10)

Publicaciones de NotiUPS y Utopía.

Tanto el proceso de publicación del NotiUPS, como el de Utopía, van de la mano con el proceso del club de noticias CCNEUPS, se podría decir que estos son la continuación del CCNEUPS, y por el hecho de que las noticias y los artículos de ambos medios se desarrollan en las 3 sedes, es importante el papel que cumplen los editores responsables del medio. (Ver tabla#23 y tabla#24 Anexo 10)

4.3 Análisis de los resultados de encuestas a estudiantes, docentes y personal administrativo.

1. ¿Conoce Ud. los cambios que la UPS Guayaquil ha realizado acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior?



Figura# 18: Gráfico Conocimiento de los cambios.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Como se puede notar son 2 realidades distintas en los clientes internos y externos, siendo más preocupante la de estos últimos, sobre todo la de los estudiantes de pregrado que mayoritariamente manifiestan no conocer lo que la universidad está realizando en estos últimos años en relación a las exigencias de la ley de educación superior. Entre los que manifestaron que conocen los cambios, se les pidió que mencionen cuales son esos cambios y las respuestas mayoritarias fueron las siguientes:

Tabla# 6

Conocimiento de cambios por grupos

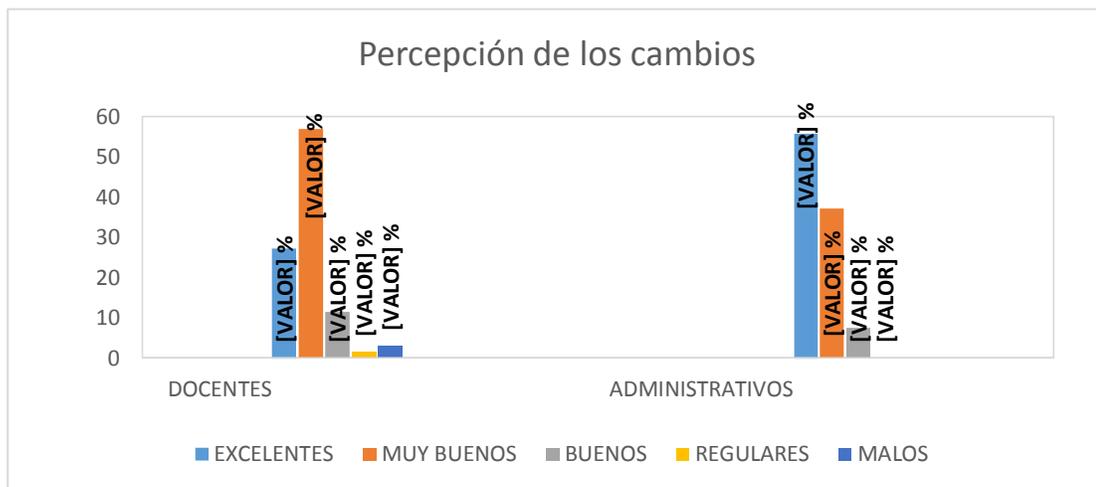
PREGRADO	POSTGRADO	DOCENTES	ADMINISTRAT.
Profesores con maestría	Docentes con PHD	Evaluaciones docentes constantes	Apoyo para estudios a docentes
Profesores TC.	Estudios de docentes	Exigencias de titulaciones	Incrementos de seminarios por carreras
Infraestructura	Infraestructura	Dedicación TC.	Mayor control a docentes
		Mejora salarial	Evidencias Ceaaces
		Infraestructura	Infraestructura y equipos

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Todos coinciden en los cambios a nivel de las exigencias a docentes y en infraestructura, pero se puede notar que acorde al grupo se perciben unas

cosas que otros no, por ejemplo quienes más han percibido entre los cambios las exigencias de evidencias para el CEAACES son los administrativos porque son los que trabajan directamente en la recopilación de información, mientras que los docentes perciben la mejora salarial, las evaluaciones docentes constantes y mientras los estudiantes de pregrado hablan de docentes con maestría, los estudiantes de postgrado hablan de docentes con PHD. (Ver tabla#25 Anexo 11)

2. ¿Cómo califica de manera global los cambios acordes a la nueva ley de educación superior, realizados por la UPS Guayaquil?

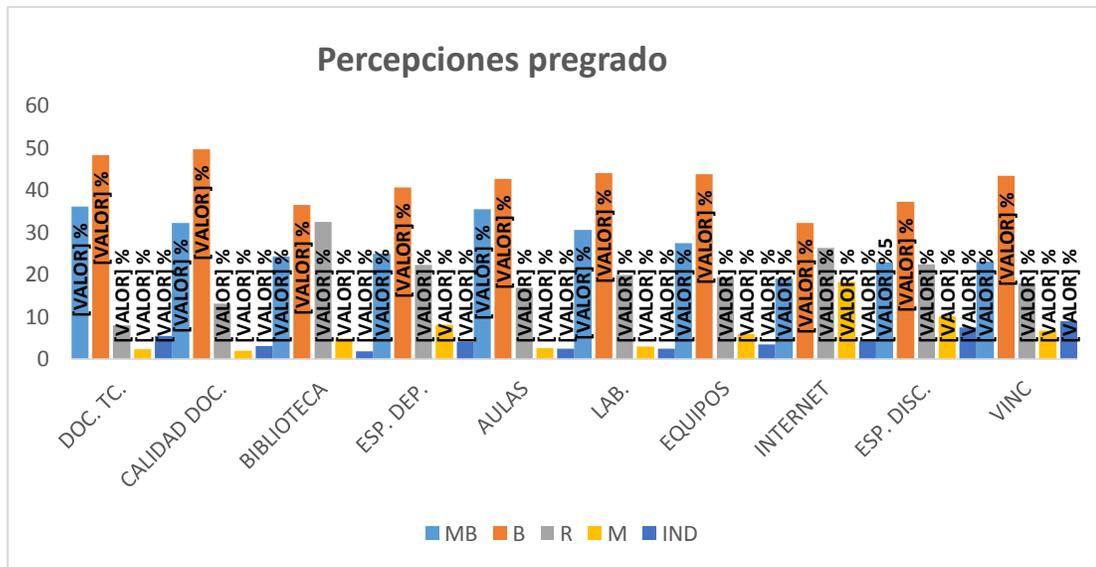


Figura# 19: Gráfico percepción de los cambios.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Entre los clientes internos hay una acogida importante de los cambios que la institución ha realizado, hay percepciones bastante buenas tanto en docentes como en personal administrativo.

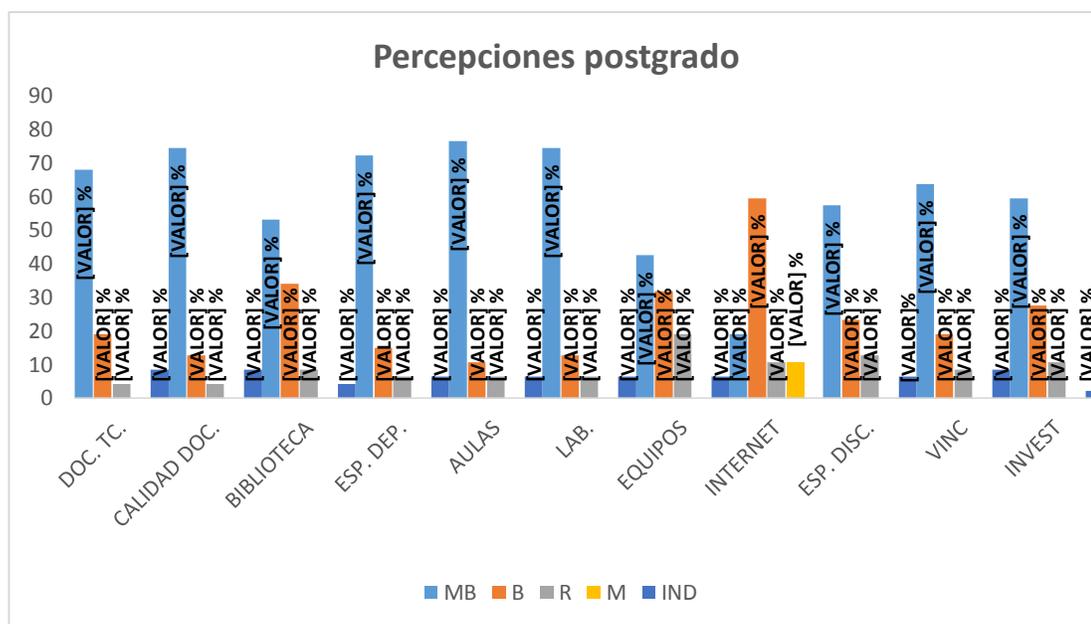
En cuanto a clientes externos se hizo un análisis más detallado de los cambios aplicados, que a continuación se exponen:



Figura# 20: Gráfico percepciones estudiantes de pregrado.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Los estudiantes de pregrado de manera general califican como buenos los cambios que la institución está realizando, aunque es importante



considerar que entre los ámbitos con calificaciones más bajas se encuentran: el internet, espacios para personas con discapacidad, espacios deportivos, bibliotecas, equipos y laboratorios. Partiendo de estos resultados, se puede concluir, que existe de parte de los estudiantes de pregrado una aceptación media de los cambios realizados por la institución.

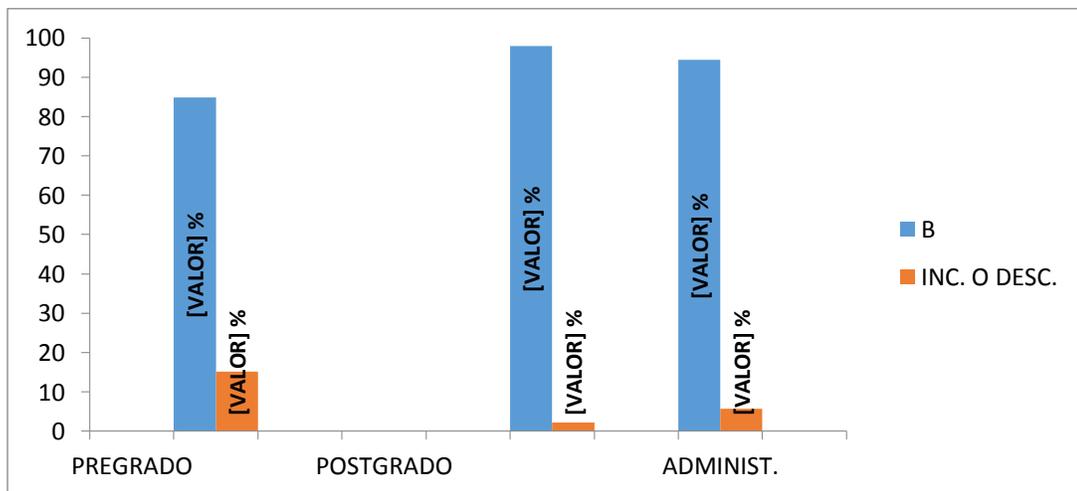
Figura# 21: Gráfico percepciones estudiantes de Postgrado.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Al igual que en el caso anterior, se puede observar una buena aceptación de los cambios por parte de los estudiantes de postgrado, incluso se puede considerar que es mejor, en comparación con la aceptación de los estudiantes de pregrado, y de igual manera los puntajes más bajos son el

internet y los equipos, estos son indicadores para trabajar en dichos aspectos. (Ver tabla# 26, tabla# 27, tabla# 28 Anexo 11)

3. ¿En qué categoría se encuentra la UPS?



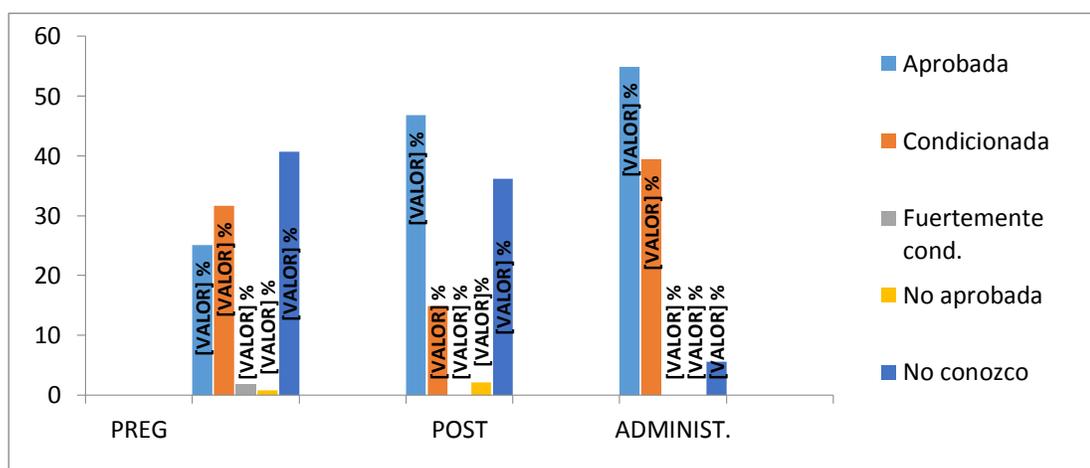
Figura# 22: Gráfico categoría de la UPS.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

En esta pregunta se consultó al personal administrativo, y a estudiantes tanto de pregrado como de postgrado, exceptuando a docentes, porque a diferencia de los anteriores, ellos si reciben en las distintas reuniones este tipo de información de resultados de evaluación de las universidades. Los datos obtenidos, evidencian el conocimiento de la categoría en que se encuentra actualmente la universidad luego de la última evaluación del CEAACES, a pesar que la UPS, a diferencia de otras universidades no comunica o no usa en su publicidad frases como “Somos categoría B”, pero

en la comunicación interna en los medios institucionales y reuniones si se comenta esto, adicional a esto los medios de comunicación nacionales, se han encargado de difundir de manera notable lo de la categorización de las universidades, lo que redunda en una especie de publicidad gratuita para las instituciones educativas, acorde a esto, se puede presuponer, que el conocimiento de la categoría puede venir por cualquiera de estas vías no solo por la comunicación que se de en la institución. (Ver tabla#29 Anexo 11)

4. ¿Cuál fue el resultado de la evaluación del CEAACES a la UPS sede Guayaquil?



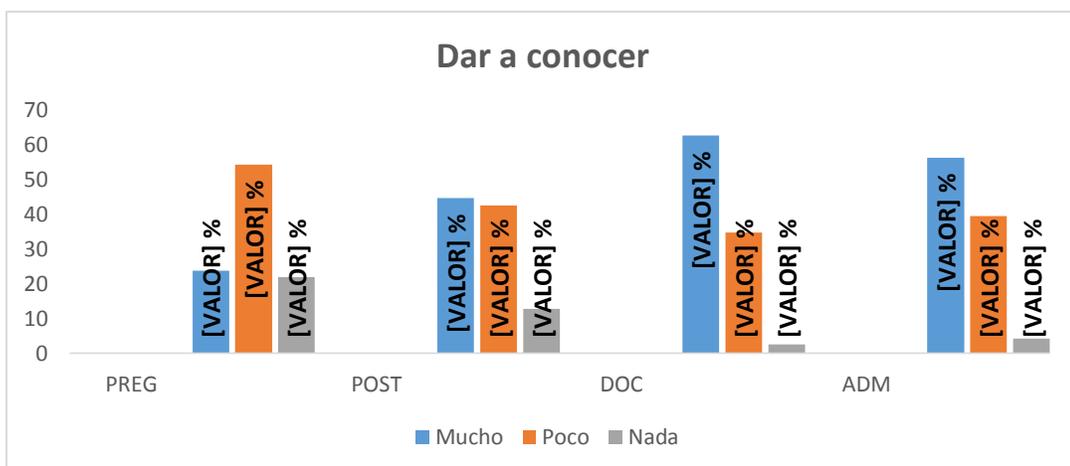
Figura# 23: Gráfico calificación extensión UPS Guayaquil.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

En contraste con el conocimiento que tiene la comunidad universitaria respecto de la categoría en que se encuentra la institución a nivel nacional,

es una realidad distinta en lo que respecta a la calificación de la Ups Guayaquil, en la evaluación que realizó el CEAACES a las extensiones universitarias. Los resultados de esta pregunta muestran un alto desconocimiento de parte de la comunidad universitaria, este tema no tuvo la misma intensidad en la cobertura por parte de los medios de comunicación, lo que deja como trabajo a cada institución el hacer conocer estos resultados a quienes son parte de la institución, seguramente algunas IES prefirieron no comentar los resultados de esta evaluación por el malestar que podría causar al interior de sus instituciones. En lo que respecta a la UPS, por un tiempo se publicó un anuncio que aparecía automáticamente en el momento que el estudiante ingresaba a la plataforma virtual Avac, es decir que si el estudiante necesitaba ingresar al Avac para realizar algún foro, tarea o revisar alguna información, primero obligatoriamente se iba a encontrar con ese mensaje de todos los aspectos en los que como institución se obtuvo una baja calificación, y posterior a esto, se invitaba a todos a comprometerse para mejorar la calificación actual, de la misma manera le ocurría al docente que necesitaba ingresar a la plataforma para subir información, revisar tareas, etc. (Ver tabla#30 Anexo 11)

5. ¿Cuánto ha contribuido la UPS Guayaquil para que Ud. conozca los cambios que se han realizado acordes a la nueva ley de



educación superior?

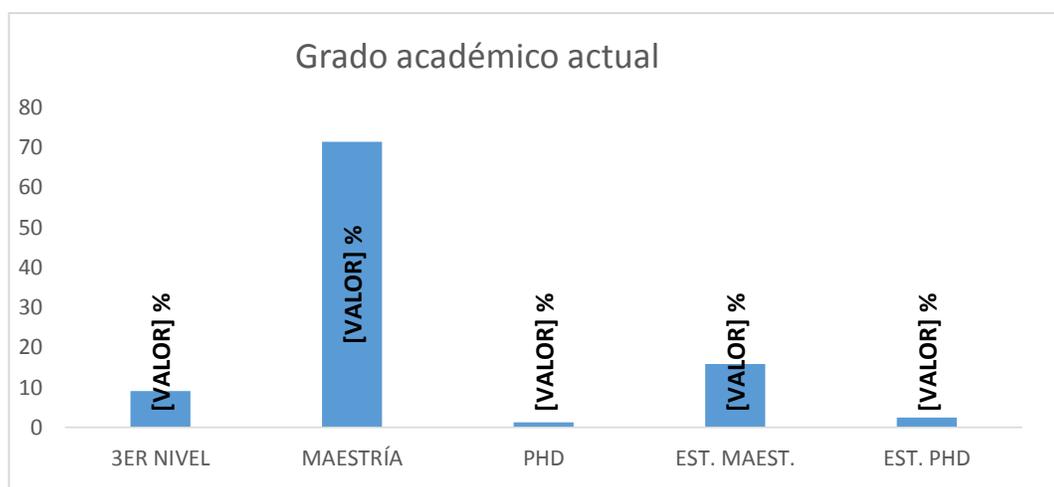
Figura# 24: Gráfico difusión de los cambios por parte de la UPS.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

En esta pregunta existe una equidad de criterio entre los clientes internos, al expresar mayoritariamente que la institución si les ha dado a conocer los cambios que se están implementando, sin descuidar que no es bajo el porcentaje de quienes expresan que la universidad ha contribuido poco para que ellos conozcan de los cambios. En cuanto a los clientes externos, si hay diferencias de criterio, mientras los estudiantes de pregrado en alto porcentaje consideran que la universidad ha hecho poco para informar de los cambios, en los estudiantes de postgrado existe casi el mismo porcentaje entre las personas que manifiestan que si se les informa y de las que expresan lo contrario. (Ver tabla#31 Anexo 11)

DOCENTES

6. ¿Cuál es su grado académico actual?

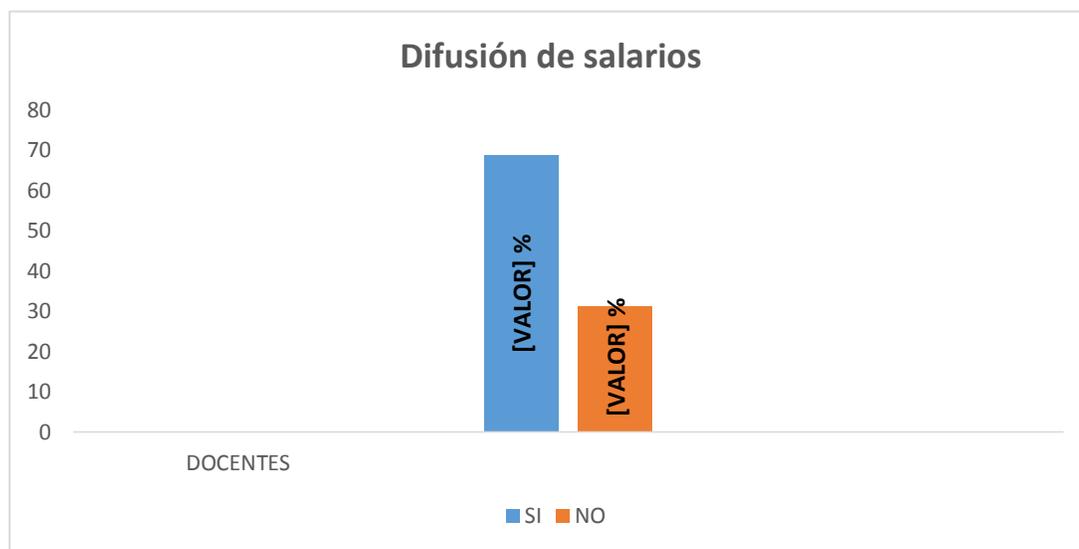


Figura# 25: Gráfico grado académico actual de docentes.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Al comparar estos resultados con los datos del plan de mejora, se puede ver que el número de docentes con maestría ha aumentado considerablemente, y esto es fundamental para elevar el puntaje en el ámbito de la academia que fue uno de los aspectos más bajos de la evaluación a la UPS Guayaquil. (Ver tabla#32 Anexo 11)

7. La UPS ¿Le ha dado a conocer los salarios de la institución de acuerdo al cargo que se ocupe y al escalafón docente?



Figura# 26 Gráfico difusión de salarios

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

El salario es parte de los cambios que exige la LOES, y esto según los resultados de la encuesta si se está comunicando, hay un porcentaje menor de quienes expresan que la institución no les ha dado a conocer los salarios, y esto podría deberse a que en los últimos años son muchos los docentes nuevos que han ingresado a la UPS Guayaquil. (Ver tabla#33 Anexo 11)

8. ¿Cuál o cuáles fueron las vías para darle a conocer los sueldos?



Figura# 27: Gráfico vías comunicación salarios.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

A pesar de ser un porcentaje bastante alto de quienes expresan que si se les ha informado de los salarios, si es de considerar el hecho de que la página web de la universidad año a año actualiza los salarios, sin embargo es uno de los medios en los que los docentes menos se ha informado respecto a este tema. (Ver tabla#34 Anexo 11)

9. De acuerdo a los grados del escalafón docente ¿Conoce los requisitos para ser:



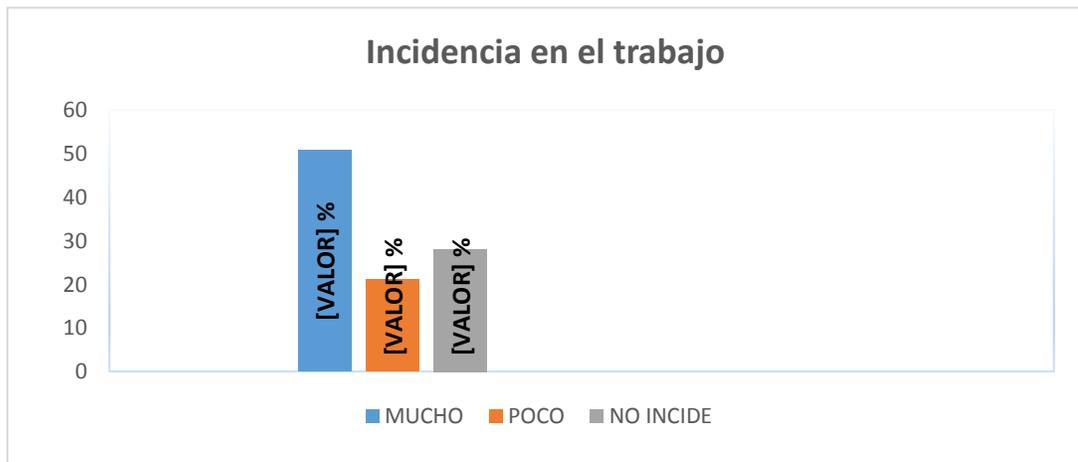
Figura# 28: Gráfico conocimiento escalafón docente.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

En los resultados de esta pregunta, a pesar de ser la mayoría del personal docente que asegura conocer los requisitos para cada nivel del escalafón docente, es bastante importante el porcentaje del personal que manifiesta no conocer los requisitos, lo cual implica que se debe trabajar en dar a conocer estos requisitos incentivando así al personal a subir de categoría. (Ver tabla#35 Anexo 11)

ADMINISTRATIVOS

10. Los cambios acordes a las exigencias de la nueva ley de educación superior, implementados por la UPS Guayaquil. ¿Han tenido incidencia en su trabajo?



Figura# 29: Gráfico incidencia de los cambios en el trabajo del personal

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Los datos obtenidos pueden llevar a concluir, que hay un porcentaje mayoritario que siente que los cambios han variado en algún aspecto su trabajo, esto habría que analizarlo para saber ¿Qué tipo de incidencia es la que ellos consideran que han tenido estos cambios?, si es positiva o es negativa, ya que esto podría ser un aspecto de gran influencia en la satisfacción del personal administrativo en este caso. (Ver tabla#36 Anexo 11)

11. ¿Qué tan importante considera su trabajo para la acreditación de la UPS Guayaquil?

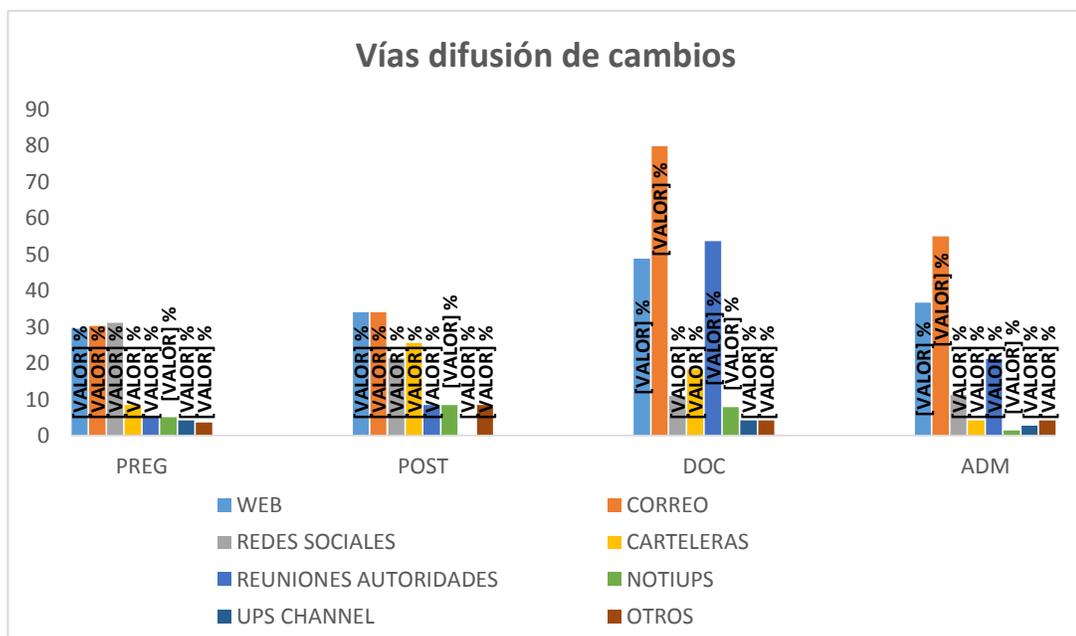


Figura# 30: Gráfico importancia del trabajo para acreditación.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

El hecho de que la mayoría del personal administrativo se considere importante o muy importante, lleva a deducir que se cuenta con un personal consciente de la importancia de su rol para que la institución se acredite, esto ayuda a trabajar en corresponsabilidad. (Ver tabla#37 Anexo 11)

12. ¿Por cuáles vías universitarias se ha informado Ud. respecto a los cambios implementados?



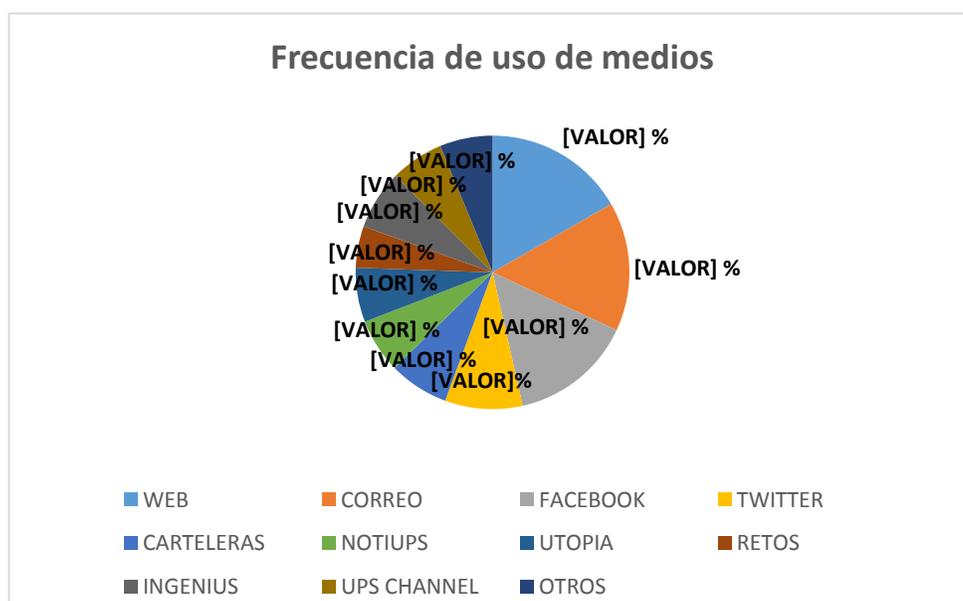
Figura# 31: Gráfico vías de difusión de los cambios

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

En esta pregunta se da una perspectiva de cuáles han sido las vías más efectivas para que los clientes internos y externos de la UPS Guayaquil se informe de los cambios realizados. Mientras en los clientes internos predomina el correo y la página web tanto en docentes como en el personal administrativo, adicionalmente en los docentes otra vía muy notoria son las

reuniones con autoridades. En el caso de los clientes externos los porcentajes de manera general son bajos, lo que denota poca efectividad de los medios institucionales para comunicar estos aspectos tan importantes. (Ver tabla#38 Anexo 11)

13. ¿Con qué frecuencia se informa Ud. en los siguientes medios



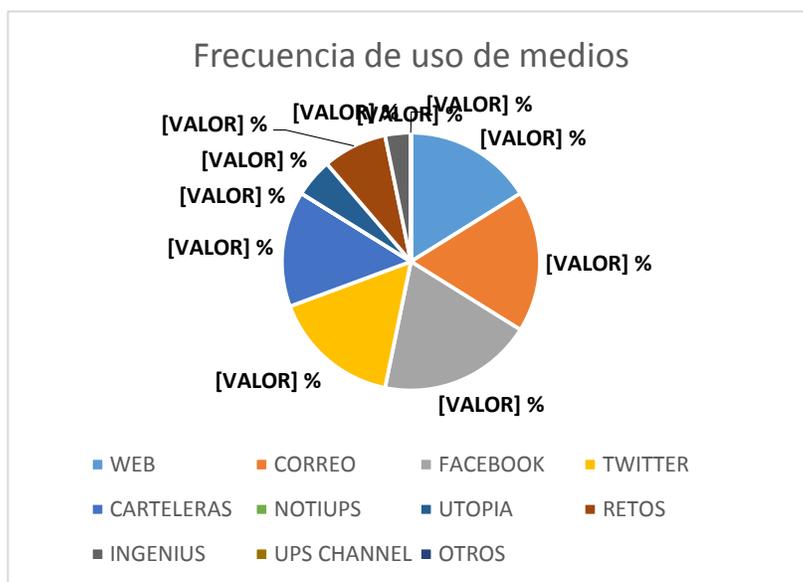
institucionales?

Figura# 32: Gráfico uso de medios pregrado.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

En los estudiantes de pregrado, se puede notar que no existe un medio que tenga una frecuencia de uso constante mayor a 33%, en todo caso los medios que se usan con más frecuencia por parte de esta población son la página web, el correo institucional, en lo que a redes sociales se refiere, específicamente Facebook y twitter se puede notar que a pesar de que

ambos tienen porcentajes bastante bajos, sin embargo Facebook tiene mejor aceptación que Twitter, que es uno de los medios con mayor porcentaje de

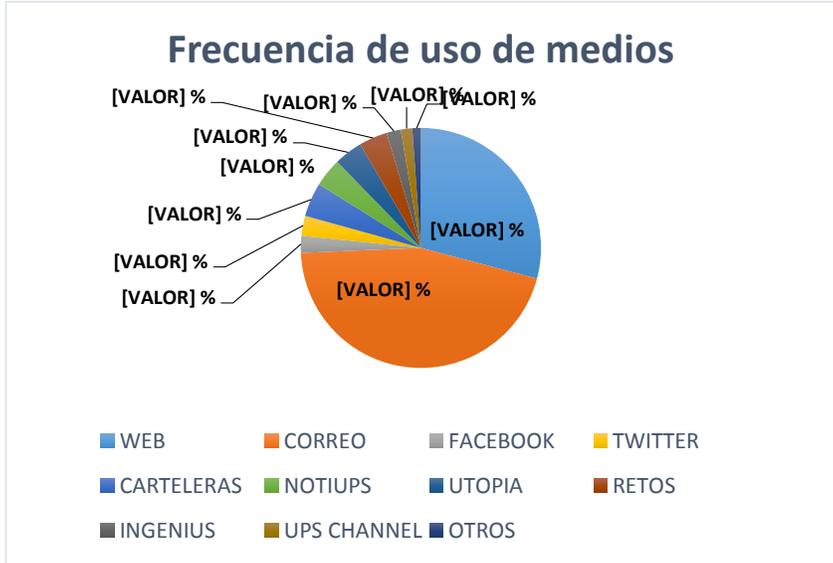


personas que escogieron la opción nunca, entre los cuales también se encuentran UPS Channel, las publicaciones, NotiUPS y otros. De manera general, ni siquiera los medios que son más usados, son garantía para asegurar que la comunicación llegue a la población estudiantil. (Ver tabla#39 Anexo 11)

Figura# 33: Gráfico uso de medios postgrado

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

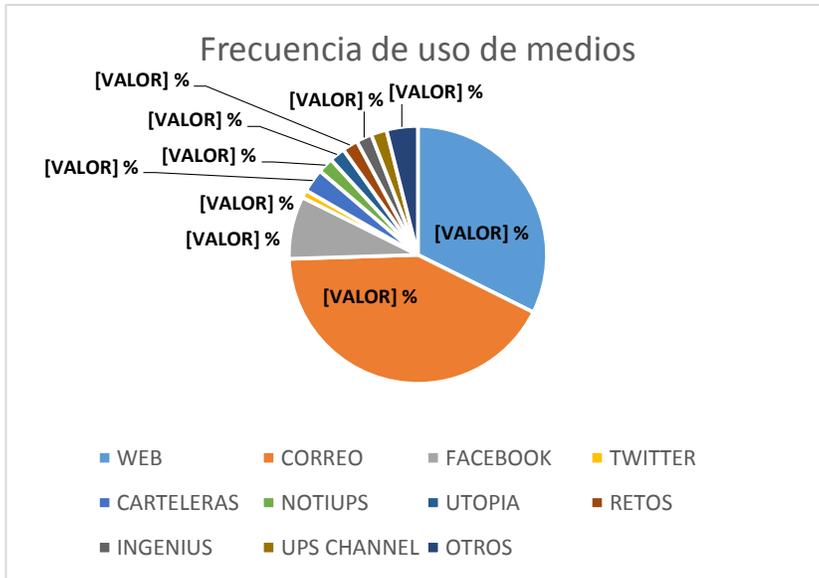
Los porcentajes de uso y frecuencia de medios en los estudiantes de postgrado es bastante crítico, en gran parte de los medios, es considerable los porcentajes de quienes expresan nunca informarse por medio de ellos. La comunicación con los estudiantes de postgrado requiere una mejora significativa. (Ver tabla#40 Anexo 11)



Figura# 34: Gráfico uso de medios docentes.

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Los resultados confirman que la página web y el correo institucional son los más frecuentados por los docentes, sin embargo los demás medios tienen porcentajes de aceptación bastante bajos.



Figura# 35: Gráfico Uso de medios administrativos

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Es una situación similar a la de docentes, los medios oficiales como el correo y la página web son las de mayor frecuencia de uso, y luego lo que muestran los resultados, es una situación bastante seria, de la nula o casi nula utilización del resto de los medios institucionales. (Ver tabla#41 Anexo 11)

4.4 Resultados obtenidos de la entrevista a expertos

En la entrevista realizada a la Directora técnica de comunicación, Lcda. Karina Hidalgo, algunas de sus respuestas se pueden contrastar con las obtenidas en las encuestas aplicadas a la comunidad universitaria. Evidentemente como ella menciona, el departamento de comunicación es un

apoyo importante para informar a la comunidad con respecto a las actividades que realiza la institución, y al revisar los distintos medios, se nota que esto se cumple a cabalidad, lo que habría que analizar es la efectividad de esta comunicación, con los resultados recabados, se puede asegurar, que hasta ahora se está cumpliendo con informar, pero habría que comenzar a analizar si la comunidad está informándose, porque esto depende exclusivamente de ellos, y si lo hacen escasamente o no lo están haciendo, habría que buscar las razones de esto, a pesar de que la Lcda. Hidalgo habla de un plan, es evidente que no existe un plan de difusión de todo lo que la universidad está realizando como cambios acordes a la LOES, lo que se ha hecho es continuar informando como todas las noticias que se han brindado hasta la actualidad, no hay un plan específico para realizar estos cambios. Se piensa que las redes sociales son utilizadas de manera especial por la comunidad universitaria pero al revisar los resultados de las encuestas se ve que la realidad es otra. Se asegura que los medios institucionales son efectivos, pero más vale, habría que analizar porque la comunidad no los frecuenta de manera considerable. (Ver tabla#43 Anexo 12)

Por otra parte, luego de la entrevista con el director de planificación y evaluación, el Ing. Walter Márquez, se confirma que son muchos los cambios que la universidad está realizando, y el plan de mejoras está ejecutándose y se está avanzando de manera importante en los indicadores que se necesitan para la acreditación, es evidente como manifiesta el Ing. Márquez que a pesar de lo difícil de estos tiempos con tantas exigencias, sin embargo el desarrollo y crecimiento de la institución no ha menguado y al contrario sigue su desarrollo, evidentemente esto resalta la preocupación por otro aspecto, que es la calidad, ya que el crecimiento y el cumplimiento de

indicadores no necesariamente asegura la calidad, por esto se hace necesario evaluar completamente los efectos de todos los cambios, una de las últimas cosas que manifiesta el entrevistado es: de que sirve que se cumplan con tantos indicadores si la comunidad no aprovecha dichos cambios. (Ver tabla#44 Anexo 12)

4.5 Conclusiones

Como conclusiones, se puede observar que la institución cuenta con variedad de medios de comunicación, desde medios escritos digitales e impresos, audiovisuales, etc. La universidad realiza una inversión bastante alta en lo que a medios de comunicación se refiere, pero lamentablemente muchos de estos recursos no son aprovechados por la comunidad universitaria, con respecto al tema de tesis, los cambios que la universidad ha realizado y sigue realizando, a partir de la aplicación de la ley de educación superior, es un tema bastante importante, estos cambios son dignos de resaltar y no se deben dejar pasar por desapercibidos y en esto es clave la comunicación que exista al interno de la institución, se puede ver que en términos generales la comunidad educativa ve muy bien los cambios que la universidad ha realizado, pero también se puede notar un desconocimiento de factores importantes como la situación de condicionada que tiene la sede.

En la comunicación de los cambios realizados vemos que en el personal docente y administrativo, las reuniones directivas han traído mejores resultados que la difusión a través de los distintos medios institucionales, es preocupante ver que en los 4 grupos estudiados la frecuencia de uso de

medios es realmente baja, con la excepción del correo institucional y la página web que son las de mayor uso, aunque no en el mismo porcentaje en los clientes internos que en los externos, estos resultados deben llamar a la reflexión y empezar a trabajar en una mejora considerable de la comunicación al interior de la institución.

Así mismo existen procesos claves en los que se podría hacer unos cambios para lograr un mejor uso de los medios, ya que algunos son procesos demasiado largos y con buenas estrategias se podría suprimir tiempos y promover un mejor uso de los recursos. A nivel directivo del departamento de comunicación no hay conciencia de las deficiencias reales del uso de los medios institucionales y las deficiencias en prácticas comunicacionales, en cambio la dirección de planificación y acreditación si percibe el desconocimiento de los cambios que está realizando la UPS respecto a la LOES de parte de los clientes externos. Con todos estos datos obtenidos en la investigación se debe trabajar en mejorar las deficiencias, en pro de alcanzar una mejor comunicación con los clientes y externos de la institución.

CAPITULO V

5 LA PROPUESTA

5.1 Título

Diseño de estrategias de comunicación sobre la aplicación de la nueva ley de educación superior en la universidad politécnica salesiana de Guayaquil para mejorar la satisfacción de los clientes internos y externos.

5.2 Justificación

La UPS Guayaquil viene realizando cambios importantes en estos últimos años, y muchos de ellos son dignos de resaltar, es precisamente por esto que se plantea la propuesta de la creación de estrategias de comunicación para que todos estos cambios no pasen desapercibidos, y al contrario fortalezcan la satisfacción de clientes internos y externos de la institución, con ellos también fortalecer el sentido de pertenencia de los miembros de la comunidad educativa.

5.3 Fundamentación

La UPS es una institución de “inspiración cristiana con carácter católico e índole salesiana, enfocada específicamente a jóvenes de sectores populares, a quienes se pretende convertir en buenos cristianos y honrados ciudadanos, actores sociales y políticos que contribuyan al desarrollo sostenible local y nacional”. La UPS pretende convertirse en un “referente para las instituciones de educación superior en la búsqueda de la verdad, el

desarrollo cultural, etc., sobre todo reconocida socialmente por la responsabilidad social y la capacidad para incidir en lo intercultural”. (Universidad Politécnica Salesiana, s.f.)



Figura# 36: Fotografía Universidad Salesiana de Guayaquil

Nota: Tomada del campus centenario, UPS Guayaquil.

Hay que resaltar que la sede Guayaquil es la más nueva de las 3, el 23 de septiembre de 1998 se aprueba de parte del aquel entonces CONESUP la creación de la Ups Guayaquil con la carrera de ingeniería electrónica y ciencias de la educación, al inicio aprovechando la infraestructura de los colegios salesianos Cristóbal Colón y Domingo Comín se comenzó en estas aulas, luego con el pasar de los años y el crecimiento acelerado de la universidad se vio la necesidad de contar con instalaciones propias.

5.4 Objetivos

5.4.1 Objetivo General

Desarrollar estrategias de comunicación sobre los cambios que la UPS Guayaquil está realizando acorde a las exigencias de la LOES, para fortalecer el nivel de satisfacción clientes internos y externos.

5.4.2 Objetivos Específicos

1. Elevar el nivel de satisfacción de clientes internos y externos de la institución.
2. Disminuir el desperdicio de recursos en medios de comunicación.
3. Lograr una mejor utilización de recursos en los que la institución ha invertido.

5.5 Importancia

La importancia de diseñar estrategias de comunicación que no solo informen sino que motiven a la comunidad universitaria a ser partícipe de los cambios que se vienen dando en el marco de la ley de educación superior, esto hará que no solo se cuente con clientes que ven los cambios y solo critican si son buenos o malos, es distinto lograr que ellos se sientan parte de la acreditación, que se sientan parte del crecimiento y el éxito de su universidad, con esto se fortalece la identidad.

5.6 Propuesta

5.6.1 Separar comunicación y cultura

Tal como se mencionó anteriormente, en la actualidad el equipo encargado de la comunicación en la sede Guayaquil está conformado por 3 personas, y se encargan no solo de comunicación sino también del área de cultura, por esta razón se propone una reestructuración que permita darle la importancia necesaria a la labor de comunicar, sobre todo los aspectos relacionados a los cambios que está implementando la UPS según las exigencias de la LOES. Esto provocará que se necesite personal adicional para el área de cultura: 1 Director, 1 asistente y 1 auxiliar, pero para evitar nuevos gastos en sueldos, se puede ubicar en dirección a un docente tiempo completo que haya estado en un cargo directivo anteriormente y ganaba un funcional por ese cargo y actualmente es solo docente pero se mantiene con el funcional, y así no se genera un nuevo gasto, en el caso del asistente y el auxiliar puede salir de la misma forma del personal docente tiempo completo, solo que en vez de asignarles otras labores administrativas dentro de sus 40 horas laborales, su única labor administrativa será el cargo desempeñado en el área de cultura.

5.6.2 Creación del consejo de comunicación

Uno de los grandes problemas es que el departamento de comunicación desconoce aspectos fundamentales de la LOES, por ende de los cambios que está realizando la institución, no conocen a que aspectos de la ley responden, para enfrentar este problema se propone crear el consejo de comunicación que estará conformado por el director técnico de

comunicación, su asistente y auxiliar, a ellos se unirá 1 docente responsable de comunicación de cada carrera, este responsable debe a su vez participar de los consejos de carrera que es donde se toman decisiones importantes y se hablan de todos los aspectos relacionados con la carrera y la universidad.

5.6.2.1 Docente responsable de comunicación

La figura del docente responsable de comunicación, será clave para los procesos de comunicación, con esta persona se puede tratar el problema de que el personal que forma parte del departamento de comunicación desconoce de los aspectos de la LOES y la manera que la UPS está aplicándola, este docente responsable se lo puede denominar comunicador de la carrera, lo ideal es que este docente tenga conocimientos básicos de diseño y manejo de redes sociales.

5.6.2.2 Funciones del docente responsable de comunicación

- Participar de los consejos de carrera.
- Participar del consejo de comunicación.
- Administrar las redes sociales de la carrera
- Comunicación a docentes y estudiantes de la carrera.
- Administrar la cartelera de la carrera.
- Entrega de NotiUPS, revista Utopía en la carrera.

5.6.3 Centro de copiado e impresiones profesionales.

Actualmente la ADAUPS (Asociación de docentes y administrativos de la UPS) de Guayaquil, ha establecido vínculos con personas que administran

los centros de copiados de la universidad, pero solo se limitan al trabajo de fotocopiado, anillados, ventas de suministros, etc. Se podría obtener un mayor beneficio tanto en tiempo como en dinero si se establece un convenio con empresas como Docucentro, Chacón, etc. que proveen de diseñadores y tienen experiencia en todo tipo de impresiones full color, publicidad para eventos, etc., con esto se reducen los tiempos cuando una instancia solicita un producto de comunicación, y el departamento encargado tiene que recurrir al diseñador externo y contratar servicios de impresión, y todo esto sin incurrir en costos para la institución, ya que al igual que se hace actualmente con las personas que prestan el servicio, ganan ellos por su servicio a la población universitaria, y gana la institución recibiendo un servicio de calidad.

5.6.4 Posicionamiento de medios a distintos targets.

Tabla # 7

UTOPIA	RETOS	INGENIUS	NOTIUPS	ALTERIDAD	UNIVERSITAS
<p>Al ser la revista de pastoral lo más idóneo es posicionarla para el área razón y fe, ya que cada semestre pueden trabajar sus asignaturas con algunos de los temas tratados en la revista.</p> <p>Así mismo se la puede dirigir de manera especial a los grupos pastorales.</p>	<p>Actualmente ya se la difunde al grupo que tiene pertinencia con la revista, el problema es que al ser de carácter científico vemos que no hay gran interés de parte de los estudiantes, si los docentes de la carrera usamos nuestros recursos para abordar temas en clases, seguro le damos el realce que debe tener este medio.</p>	<p>Al igual que retos, esta revista ya se la reparte en las carreras de pertinencia, con el mismo problema de retos.</p>	<p>El periódico de la Universidad, es idóneo que este sea un medio masivo y se entregue a toda la comunidad, el problema es que al no existir conciencia nacional en los miembros de la comunidad universitaria puede que el contenido nacional del periódico no genere el interés deseado. Habría que cambiarle la imagen al periódico de tal manera que a través de este medio se trabaje en crear la mentalidad de 1 misma universidad e interesarnos por lo que pasa en las 3 sedes.</p>	<p>Al ser una revista de educación el grupo más idóneo para dirigirla son los docentes.</p>	<p>Es una revista de ciencias humanas y sociales el área de razón y fe también puede usar artículos de la revista para tratar con sus estudiantes.</p> <p>La carrera de comunicación social tiene varias asignaturas a las que esta revista les puede brindar un aporte importante.</p>

Posicionamiento de medios

Nota: Propuesta para mejorar el uso de los medios impresos.

Según los resultados obtenidos en la investigación, la aceptación de algunos de los medios institucionales es sumamente baja, y esto trae como consecuencia desperdicio de recursos tanto materiales como de

conocimientos. Tantos reportajes no vistos (el caso de Ups Channel), tantos artículos científicos y noticias no leídas (es el caso de las revistas, el periódico, etc.), y es que de los medios que tiene la institución por ejemplo es el caso de la revista utopía se la entrega a todos sin analizar si luego la botarán como muchas veces al final de clases se encuentran bajo los escritorios más de un ejemplar “olvidado”, son unos casos que por lógica que se entiende que son para grupos específicos, por ejemplo el caso de la revista Retos que se difunde en las carreras de administración de empresas y auditoría, y en el caso del Ups Channel desde un principio se lo bautizo como el canal de los estudiantes a pesar de que está lejos de ser visto así, basado en esta realidad se propone el posicionar cada medio de acuerdo a la pertinencia de cada grupo, empezando por las revistas.

5.6.5 Red de conocimiento (Alianza redes de esparcimiento).

Uno de los puntos más bajos a la hora de pedir que califiquen los cambios realizados por la UPS Guayaquil, es precisamente el internet, y es que con el crecimiento de alumnado, de docentes, el ancho de banda cada vez abastece menos para la comunidad universitaria, se puede evidenciar esto en ciertas horas del día, por ejemplo en la noche es cuando más problemas se presentan con la velocidad del internet y en las tardes es cuando menos problemas se dan, y esto se debe a la población que se encuentra en las instalaciones en un horario específico, a esto habría que añadir que al estar abierta la red, personas del sector del barrio cuba también acceden a la misma, entonces respecto a este tema se han tomado distintas soluciones que no han sido del todo productivas, hace unos 3 años se había restringido completamente el acceso a YouTube y otras páginas más, desde las pc de las aulas de clases y departamentos administrativos, con el fin de recuperar

en algo la velocidad de internet, pero esto trajo como consecuencia malestar y quejas de parte del personal docente al considerar YouTube una herramienta necesaria para las clases, a pesar de esta medida, se podía ingresar por medio de la conexión wifi a YouTube, redes y otras páginas restringidas en las pc. Luego de un tiempo se canceló la restricción de YouTube y otras páginas, incluso se podía ingresar a las redes sociales desde las pc, pero el año anterior se retomó la medida de restringir estas páginas y así se mantiene hasta la actualidad. Por este motivo se plantea la estrategia denominada la red de conocimiento que apunta a 2 cosas: a mejorar las comunicaciones a través de la red e incentivar a usar los recursos productivamente, uno sería el internet y el otro sería usar las bibliotecas virtuales que han representado una inversión bastante importante para la universidad.

Entonces la propuesta consiste en establecer por medio del whitelist una lista de páginas permitidas en las que en primer lugar se encuentran los medios institucionales como la página web, el correo, la plataforma virtual Avac, las bibliotecas virtuales, excepto las redes sociales, además también permitir el acceso a Google académico incentivando así a la investigación por medio de esta herramienta bastante seria y confiable. Pero esta propuesta podría ir en contra de lo que se busca, que es la satisfacción del cliente, sobre todo el externo que seguramente reclamará al no poder acceder a las redes a whatsapp, etc. y esto redundara en insatisfacción, bueno pensando en esto, se ha pensado en una estrategia complementaria con los bares de la institución, que consiste en que ellos pongan el servicio de internet en sus instalaciones y al igual que ciertos negocios de clase entregar con las facturas el usuario y la contraseña para acceder a la red, la

pregunta sería: ¿Por qué los administradores de los bares gastarían en un plan de internet?, ¿En que se beneficiarían ellos? Bueno si se demuestra que es una inversión en vez de un gasto, lo más probable es que ellos accedan. La realidad nos dice que la mayoría de la población estudiantil prefiere los numerosos negocios que hay en las afueras de la universidad, aunque estos no ofrecen algo realmente diferenciador, y no cuentan con la comodidad que si cuentan los bares de la institución, los estudiantes al no poder acceder a las redes sociales mientras estén en las aulas, pasillos, biblioteca, etc. (excepto los que tienen su propio plan de datos), se verán obligados a usar el internet netamente para fines académicos, y además la urgencia de comunicarse con sus amistades por las redes sociales hará que en los momentos de receso prefieran los lugares donde puedan acceder al internet sin restricciones a las redes sociales, en todo caso hablamos de conveniencia para ambas partes.

5.6.6 Integración de Facebook.

Como ya lo vimos en el análisis de los medios, se han creado varios perfiles de Facebook, por departamentos, por carreras, etc., y esto provoca que haya perfiles que tienen un buen número de amistades y otros son escasos, mientras unos tienen información actualizada, otros hace mucho que no han publicado nada nuevo, hay casos en donde se creó el perfil y al poco tiempo ese perfil aparece abandonado, nunca más se volvió a publicar nada, a parte esto crea mucha confusión ya que el usuario habitual de las redes no sabe a quién mismo acudir.

Buscando una comunicación más efectiva a través de Facebook y que beneficie a todos se propone crear una administración conjunta de este medio, partiendo del perfil de la universidad Salesiana que pertenece a la sede Guayaquil, poner varios administradores, estos serían los responsables de cada departamento, carrera o áreas, de la comunicación con la comunidad educativa. Del perfil general de la sede se crean varios fan page, uno por cada instancia y se realizan reuniones de los administradores con una frecuencia prudente acordada por ellos para asegurar una comunicación efectiva a través de esta red cada fan page tendrá la información correspondiente a cada área y a su vez en la página oficial de la sede se publicará lo más relevante de todas las áreas que sea de interés para toda la comunidad educativa.

5.6.7 Twitter de especialidad.

Mientras Facebook es una red más amigable, al ofrecer entretenimiento y todo tipo de actividades, frente a esta red social, los 140 caracteres de twitter parecieran limitantes, pero si se lo analiza desde el enfoque que twitter, ha sido usado no por pocos, como herramienta de trabajo más que para entretenimiento, esto evidencia que no hace falta ampliarse tanto para tener el éxito que se busca.

Precisamente partiendo de esta premisa, se propone no solo tener una cuenta twitter nacional para la UPS, sino que es necesario crear cuentas locales, por carreras, por departamentos, dependiendo de los fines que se busquen con el grupo meta, un ejemplo claro son empresas exitosas a nivel mundial que hacen una buena gestión de su cuenta, en esta red social se

publican noticias importantes, grandes avances tecnológicos, etc., en pocas palabras pero conciso, por ejemplo por medio de la cuenta de carrera d administración de empresas, se puede proveer de casos y datos relevantes del mundo de los negocios, que se los encuentra en tantos perfiles, dicha información puede ser publicada en la cuenta y con esto se comparte información de gran utilidad para las investigaciones, tanto para estudiantes como para docentes.

5.6.8 Campaña de comunicación publicitaria.

El factor motivacional es muy importante cuando una marca quiere que sus clientes se sientan identificados con la misma, es por esto que se propone una campaña de comunicación publicitaria, que a más de ser informativa, motive a docentes, estudiantes, administrativos a sentirse orgullosos de ser parte de la comunidad educativa de la UPS Guayaquil, para esto se diseñaran piezas gráficas que se ubicaran en lugares estratégicos de la sede, se diseñarán artículos promocionales que los miembros de la comunidad puedan usar en distintos lugares, tales como stickers, jarros, botones, todo esto con el fin de reforzar el sentido de pertinencia de parte de clientes internos y externos. (Ver Anexo 13)

5.7 Factibilidad Financiera

Con los resultados de la investigación se puede comenzar a desarrollar estrategias efectivas para comunicar los cambios que la UPS Guayaquil está realizando en el marco de la nueva ley de educación superior. Existe la factibilidad financiera, debido a que las propuestas no generan gastos para la institución, al contrario ahorran recursos, ya que las estrategias plantean una

mejor utilización de los recursos ya existentes, no nuevas adquisiciones, exceptuando la separación del área de comunicación y cultura estrategia de comunicación publicitaria que estaría dentro de los \$62.063,43 destinados a publicidad en el presupuesto del 2014 (Universidad Politécnica Salesiana, 2014) (ver Anexo 8).

5.8 Talento Humano/Factibilidad Social

Los clientes internos motivados, son la clave para llevar a cabo estas propuestas, ya que serán ellos encargados de administrar páginas, de incentivar el uso de los medios como material de apoyo a clases, y ellos son la mejor publicidad de los cambios importantes que está realizando la institución.

5.9 Factibilidad Operativa

La operatividad de la propuesta se hará a través de los clientes internos, para esto se elaborará un cronograma en el que paso a paso se verificará el cumplimiento de cada etapa de esta propuesta.

5.10 Impacto

Los resultados de la investigación El impacto que se generará es muy importante, ya que no solo hablamos de motivar tanto a clientes internos y externos, sino que también hablamos de reducir gastos, y reducir el desperdicio de recursos en lo que a medios se refiere, y contribuir a una mejor utilización de los recursos.

5.10.1 Mejorar la comunicación de aspectos relevantes

Uno de los aspectos abordados en la tesis es precisamente el hecho de no comunicar aspectos fundamentales como el del presente tema que trata de los cambios que la UPS Guayaquil está realizando en el marco de las exigencias de la LOES, al separar el departamento de comunicación del área cultural, se logrará mayor énfasis en las necesidades de comunicación, y a pesar que el fin es mejorar la comunicación, también se beneficiará el área cultural al independizarla con la creación del departamento de cultura, y lo mejor es que no se trata de contratar personal para esto, sino aprovechar los docentes tiempo completo que han ingresado recientemente y que aún están por ingresar para asignarle dentro de sus horas administrativas, dichas responsabilidades.

Otra de las razones para que no se comuniquen aspectos fundamentales de los cambios que realiza la institución acorde a la ley, es el desconocimiento de la misma por parte de los responsables de comunicación y por ende no identifican cuáles de los cambios implementados responden a este marco legal, por esta razón la creación del consejo de comunicación, generará un vínculo de gran importancia entre la academia y la comunicación de la sede, con esto se garantizará que los encargados de comunicar estén conscientes de la relevancia de temas como estos. Es precisamente en esto que juega un papel muy importante la figura del docente responsable de comunicación, al ser alguien que participa de los consejos de carrera, eso nos asegura su conocimiento de las actividades más importantes de la carrera y procurará que estas sean comunicadas.

5.10.2 Conocimiento de los cambios acorde a la ley y mejora de las percepciones por parte de clientes internos y externos, para elevar su satisfacción.

Una vez mejorado los aspectos fundamentales de comunicación de la sede, como consecuencia se tendrá una comunidad educativa mejor informada de todo lo que la institución realiza y por qué lo hace, es importante recordar que la relación entre la comunicación y el compromiso laboral tal como se planteó anteriormente en el capítulo 2, es de mucha importancia, al tener a los clientes internos informados y comunicarles que son parte de estos procesos de cambios, se tendrá como resultado a un personal identificado, y este a su vez al ser el que trata directamente con los clientes externos, transmitirá este compromiso a ellos. La estrategia de comunicación publicitaria contribuirá a este fin de lograr que toda la comunidad universitaria se sienta parte del cambio. Los resultados que se obtuvieron con respecto a las percepciones de clientes internos y externos respecto a los cambios, si bien hay un gran porcentaje que calificaron como buenos los cambios, hay un alto porcentaje que los considera como malos, y un margen muy pequeño da calificaciones excelentes, por esta razón el compromiso de los distintos actores de la comunidad educativa reflejado en el cumplimiento de sus responsabilidades, será el mejor indicador para medir el conocimiento y la mejora de las percepciones, en pocas palabras un docente que estudie un postgrado, que escribe artículos científicos, un estudiante que investiga que se prepara para sus exámenes de fin de carrera, un administrativo que ayuda a recabar las evidencias, y todo esto a conciencia, estos ejemplos y otros son los que permitirán medir los niveles de satisfacción e identificación.

5.10.3 Optimización de recursos institucionales

Para llevar a cabo la mejora de los aspectos críticos encontrados en comunicación de la Ups Guayaquil, la propuesta gira en torno de la optimización de recursos y no en adquirir nuevos recursos, ya sean materiales, humanos, etc. En el desarrollo de la tesis, se ve claramente que la institución cuenta con una serie de recursos comunicacionales, desde un departamento de comunicación, hasta revistas, periódico, canal virtual, etc., el problema que se pudo evidenciar con los resultados de las encuestas es que los miembros de la comunidad educativa en alto porcentaje no hacen uso de los medios institucionales, en otros casos se podría hablar de que no se cuenta con medios, con personal, etc., este no es el caso, ya que se tiene los recursos pero no se les saca el provecho adecuado.

En este aspecto de desperdicio de recursos mucho tienen que ver los procesos y la forma de administrar los medios, por ejemplo algo fundamental que se pudo conocer es que en el proceso de difusión de revistas es que al final del proceso la entrega la realiza un guardia de seguridad, se entrega a todo el que pasa por las puertas principales en los momentos que ellos se encuentran entregando. Con la creación de la figura del docente responsable de comunicación se garantiza que las revistas lleguen a los destinatarios adecuados acorde a la especialización de cada medio impreso, ya que no se trata de entregar por entregar, por esto la propuesta de definir un target para cada revista.

En cuanto al internet, la institución ha realizado un esfuerzo muy importante por aumentar su ancho de banda para las necesidades

académicas y administrativas, pero lastimosamente en más de una ocasión ha tenido que restringir servicios importantes como YouTube, el cual es usado como recurso para las clases, estas restricciones tienen por objetivo descongestionar el uso del internet, ya que este se vuelve muy lento, y esto se debe a que la red está abierta al uso de estudiantes que en gran parte lo usan para chat y otras actividades no necesariamente académicas, por esto la propuesta de la red de conocimiento, y la alianza con los bares de la institución para crear lo que se denominará la red de esparcimiento, el impacto que se generará es muy importante ya que se descongestionará el uso de la red institucional, al restringir los accesos de estudiantes a redes sociales y portales de esparcimiento y con la creación de espacios donde el estudiante tenga acceso exclusivamente a las bibliotecas virtuales, con esto ese recurso de gran inversión pero poco uso, ganará realce, obviamente restringir estos accesos creará una gran incomodidad en los estudiantes y es precisamente aquí que entra en juego la alianza con los bares para la red de esparcimiento, ellos ganan clientes al darles internet libre para redes sociales u otros servicios, en conclusión el impacto que se logrará es muy notable, reducir el desperdicio de recursos y aportar a la academia.

En cuanto a las redes sociales, definitivamente es el medio idóneo para la comunicación con estudiantes, pero la propuesta de mejor administración logrará que mejoren los contenidos y por ende la aceptación, Facebook con un enfoque más social, para informar eventos importantes, y el twitter se convertirá en una herramienta de aporte a la academia, al especializarlo de acuerdo a la especialidad de cada carrera, se puede proveer de insumos importantes a la comunidad educativa.

5.11 Evaluación

Constantemente se evaluarán los resultados de la aplicación de las estrategias, haciendo un seguimiento paso a paso del cronograma de actividades de la propuesta, se debe realizar un control semestral del uso de los medios, tomando como referencia los 2 ciclos de estudio en el año, así mismo al final se hará evaluación completa de los resultados de haber aplicado todos los cambios considerados necesarios.

Para esto hay indicadores que medirán el impacto de las estrategias, entre los que se presentan los likes en el caso de facebook, retweet en twitter, posteriormente se puede hacer una encuesta para medir el uso de los medios y las percepciones de parte de clientes internos y externos, se puede medir las descargas de artículos de las bibliotecas virtuales, etc.

5.12 Elementos organizativos administrativos

5.12.1 Cronograma

Tabla# 8

Cronograma para la propuesta

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RECURSOS	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	TARGET
Elevar el nivel de satisfacción de clientes internos y externos	Comunicación publicitaria	Permanente	Afiches. Gigantografías. Cámaras	Publicidad informativa y motivacional	Material impreso. Videos publicados en redes y Ups channel	Todos
Disminuir el desperdicio de recursos de medios institucionales	Red de conocimiento y alianza red de entretenimiento	Desde agosto	Personal del departamento de sistemas. Internet.	Bloqueo de la red institucional al acceso a páginas no institucionales o que no tengan fines académicos. Contratación de Internet en los bares.	Acceso a las páginas de interés institucional desde la red de la universidad. Acceso a internet en las zonas de bares.	Estudiantes de pregrado / Docentes
Lograr un mejor uso de los medios institucionales	Posicionamiento de medios	Desde Julio	Encuestas	Estudio de medios y grupos de interés.	Medios especializados para un target específico.	Todos
	Integración de facebook	Desde Julio	Administradores por cada instancia	Reestructuración del Facebook institucional	Cuenta de Facebook de la Ups Guayaquil con los fan page de cada instancia	Estudiantes de pregrado
	Twitter especializado	Desde agosto	Internet	Creación de perfiles de twitter por carreras.	Cuentas de twitter por carreras.	Estudiantes de pregrado

Nota: Cronograma para ejecución de las propuestas.

5.12.2 Presupuesto.

Tabla # 9

Presupuesto estrategia de comunicación publicitaria			
DETALLE	UNIDADES	COSTO/U	COSTO TOTAL
Afiches	1 mil	280	280
Gigantografías	4	400	1.600
TOTAL			1.880

Presupuesto para estrategia de comunicación publicitaria.

Nota: Presupuesto básico, debido a que las propuestas se basan en mejor utilización de los recursos disponibles.

Partiendo de la visión de que se está desperdiciando recursos importantes de la institución, la propuesta se ha centrado en reorganización de los recursos con los que actualmente se cuenta y no en hacer grandes inversiones para proponer estrategias de comunicación, la ventaja es que la universidad cuenta con los recursos, solo hay que usarlos de mejor manera, en base a esto la única inversión significativa será para la comunicación publicitaria, la parte impresa.

CAPITULO VI

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Por muchos años la oferta educativa universitaria en el país fue bastante amplia, desde la cantidad de instituciones que ofertaban variedad de carreras y titulaciones, cada una a un costo y también el tiempo de estudio, existían desde ofertas bastante exigentes y también ofertas bastante cómodas con respecto a horarios y tiempos de obtención del título, por eso al inicio de esta tesis se mencionaba que se puede hablar de 2 momentos de la educación superior en el país, y esto es: antes de la aplicación de la nueva ley de educación superior y después de esta, ya que así como se crearon innumerables ofertas educativas, de la misma manera con la evaluación a las universidades muchas se han ido cerrando por no ofrecer las garantías para brindar una educación de calidad, y es que en estos tiempos se prioriza el nivel académico de los profesionales y todo con el fin de mejorar la calidad de vida de los Ecuatorianos a través de profesionales de calidad, y para esto era necesario realizar cambios drásticos en la educación, aún es muy pronto para decir si estos cambios en materia de ley traerán los resultados esperados para el crecimiento del país.

La Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil en poco tiempo desde su aprobación en 1998, ha tenido un crecimiento acelerado, tanto en población estudiantil, personal docente, infraestructura y muchos otros aspectos, sin embargo a pesar de este crecimiento, no se ha visto exenta de

todas las exigencias legales de la LOES, y en estos últimos años ha venido realizando cambios importantes sobre todo en la academia, sin dejar atrás lo bastante llamativo de los cambios en infraestructura. Sin embargo a pesar de todos estos cambios que buscan seguir ofertando una educación de calidad y por otro lado cumplir con las exigencias legales, la comunidad educativa no está al tanto de todo lo que se está haciendo, y esto influye en la percepción que genera satisfacción o insatisfacción tanto de parte de clientes externos como de los internos, lo más preocupante es que la universidad cuenta con los recursos para comunicar por distintas vías institucionales acerca de todos estos cambios, pero como se puede ver los resultados, el uso de los medios institucionales es bastante bajo y en algunos sumamente crítico.

Hay muchos recursos desperdiciados, la universidad invierte mucho en las distintas publicaciones, un gran ejemplo del desperdicio de recursos es que se invirtió en las bibliotecas virtuales pero no se usan, el internet de la universidad que es uno de los que fue calificado más bajo por parte de la comunidad universitaria, se lo usa de manera especial para lo que es chat a través de las redes sociales y no está sirviendo para fines académicos. Todos estos factores hacen que sea necesario buscar alternativas para motivar a clientes internos y externos a una mejor utilización de los medios y a que se sientan parte de los cambios importantes que la universidad está realizando, esto se puede lograr si se tiene estudiantes, docentes y administrativos satisfechos con lo que su institución está haciendo.

6.2 Recomendaciones.

Luego de realizar el estudio que evidencia las notables falencias en comunicación, se recomienda a la UPS Guayaquil:

1. Realizar un estudio exhaustivo de los medios institucionales, identificar sus fortalezas y debilidades, y luego renovar la imagen de los mismos asegurando contenidos que respondan a los fines de acreditación pero al mismo tiempo fomenten el interés por la academia de parte de los distintos actores de la comunidad educativa.
2. Separar el área de comunicación y cultura, para evitar la preocupación en una y descuido en la otra, y para que de esta forma se pueda atender de manera más efectiva las necesidades puntuales de cada área.
3. El personal docente es clave para que los medios lleguen a los estudiantes, es recomendable incentivar a los docentes a que escriban en las revistas indexadas y luego fomenten la lectura de la misma de parte de sus estudiantes.
4. Es recomendable hacer una mejor utilización de las redes sociales, procurando la integración de todas las cuentas de Facebook de las distintas instancias universitarias a la cuenta oficial de la Ups Guayaquil, teniendo un administrador por cada fan page, esto hará que no se haga varios trabajos de comunicación separados, sino que todos juntos comuniquen a la comunidad universitaria.

5. Capacitar al personal y a los estudiantes sobre la utilización de las bibliotecas virtuales y pedir que se integre en las planificaciones docentes, bibliografía de estas bibliotecas.

6. Luego de la implementación de las propuestas, en un tiempo prudente, que podría ser 1 año, equivalente a 2 semestres, se puede realizar nuevas encuestas respecto a la utilización de los medios y la satisfacción relacionada con la comunicación, tanto en clientes internos como en los clientes externos, esto considerando que 1 semestre se podría tomarse como parte del proceso de adaptación a los cambios y el otro puede ser de afianzamiento, donde con más claridad los destinatarios pueden evaluar los efectos de la propuesta.

Bibliografía

- Asamblea Nacional de Ecuador. (2011). *Reglamento General a la Ley Organica de Educación Superior*. Quito: Decreto N° 865.
- Bitner, M., Farada, W., Hubbert, A., & Zeithaml, V. (1997). Customer contributions and roles in services delivery. *Journal of service industry management Vol8, no3*, 193-205.
- CEAACES. (2013). Obtenido de Ceaaces web site: http://www.ceaaces.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=5
- CEAACES. (2013). *Informe Técnico de las extensiones Quito y Guayaquil de la UPS*. Quito.
- CEAACES. (s.f.). *Consejo de evaluación y acreditación de la calidad de la educación superior*. Obtenido de <http://www.ceaaces.gob.ec/>
- CES. (6 de Febrero de 2013). *Consejo de Educación Superior*. Obtenido de http://www.ces.gob.ec/images/c/docs/rpc_SO_05_No.038_2013.pdf
- Chacón, A. (2003). La videoconferencia: Conceptualización, elementos y uso educativo. *Etica net*.
- Comite técnico de gestión por procesos UPS. (Diciembre de 2013). *Manual de procedimientos*.
- Consejo de Educación Superior. (2012). *Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior*. Quito: Consejo de Educación Superior.
- Consejo de Educación Superior. (25 de Noviembre de 2013). Boletín de prensa N.- 32. *CES transformando la educación superior*. Quito, Pichincha, Ecuador.

- Desmarets, G. (1993). Relación existente entre aseguramiento de calidad (ISO 9000) y gestión de calidad total. *Club de gestión de calidad*.
- Diario de sevilla. (20 de Febrero de 2014). *Diario de sevilla*. Obtenido de <http://www.diariodesevilla.es/article/tecnologia/1713499/mas/millones/personas/son/usuarios/redes/sociales.html>
- Durrego Sánchez, A., & Echeverría Rivera, N. (Octubre de 1999). Trabajo de grado. *Relación entre compromiso organizacional y satisfacción laboral*. Caracas, Venezuela.
- El ciudadano. (22 de Junio de 2010). *El ciudadano.gob.ec*. Obtenido de La ley de educación superior tiene respaldo de estudiantes universitarios: https://elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=14134:ley-de-educacion-superior-tiene-respaldo-de-estudiantes-universitarios-&catid=1:archivo
- El Diario. (25 de octubre de 2010). Conesup ya forma parte del pasado. *El diario*.
- Fernández Lamarra, N. (marzo de 2006). *Sociedad Argentina de investigación y desarrollo en Educación médica*. Obtenido de <http://www.saidem.org.ar/docs/Textos/Fern%20Lamarca%20N.%20La%20evaluaci%3n%20y%20la%20acreditaci%3n%20de%20la%20calidad%20en%20la%20Educaci%3n%20Superior%20en%20Am%20rica%20Latina.pdf>
- Fernández Lamarra, N., & Marquina, M. (Junio de 2013). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1515-94852013000100006&script=sci_arttext
- Garu, K. (1995). *La comunicación en las organizaciones*. España: Addison-Wesley Iberoamericana.
- Gibbons, M. (1998). *Pertinencia de la educación superior en el siglo XXI*. Paris.

- Hidalgo, L. K. (20 de Febrero de 2014). Entrevista a la Directora de comunicación y cultura UPS Guayaquil. (L. C. Guerra, Entrevistador)
- Kaplún, G. (1996). *Comunicación Organizacional*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Kotler, P. (2005). *Fundamentos de Marketing, de Kotler y Armstrong, 6ta Edición, Págs. 10, 11.*
- La Hora. (4 de octubre de 2010). Última hora. *Aprobada en Ecuador la ley de educación superior, rechazada por universidades.*
- Ley Organica de Educación Superior. (2010). Quito: Registro Oficial N° 298.
- Márquez, I. W. (21 de Febrero de 2014). Entrevista a director de planificación y acreditación. (L. C. Guerra, Entrevistador)
- Ossorio, A. (2003). *Planeamiento Estratégico*. Madrid: Oficina nacional de Innovación y gestión INAP.
- Pacheco, L. (2010). Sobre la evaluación de la educación en Ecuador. *Simposio permanente sobre la Universidad. Revista Num. 2.*
- Pacheco, L. (Diciembre de 2013). *Ceaaces*. Obtenido de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2013/10/CIERRE-DE-UNIVERSIDADES-placas-ok.pdf>
- Porter, M. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: First Free Press Edition.
- Ramirez , R., & Minteguiaga, A. (Septiembre de 2010). *Bitácora de Calú*. Obtenido de Educación Superior y Sociedad: <http://calu.me/bitacora/files/2010/09/TRANSFORMACIONES-EN-LA-EDUCACION-SUPERIOR-ECUATORIANA.pdf>
- Real Academia Española. (2001). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=satisfaccion>

- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México.
- Rodrigo, B. (1995). La excelencia empresarial en la sociedad cooperativa. *CIRIEC España*, 43-53.
- Salgado, F. (19-20 de mayo de 2011). Simposio Internacional. Acreditación de programas de posgrado. *La nueva institucionalidad de la educación superior en el Ecuador y los requerimientos para los programas de posgrado*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- SENESCYT. (s.f.). *Secretaría de educación superior ciencia tecnología e innovación*. Obtenido de <http://www.educacionsuperior.gob.ec/>
- Senplades. (2009 - 2013). *Plan nacional del buen vivir*. Quito.
- SENPLADES. (7 de Julio de 2009). *Educación superior*. Obtenido de Debate sobre el Anteproyecto de Ley de Educación Superior en la Universidad Politécnica Salesiana: <http://edusuperior.senplades.gob.ec/?p=755>
- Universidad Politécnica Salesiana. (2009). *Carta de navegación*. Don Bosco.
- Universidad Politécnica Salesiana. (2013). *Plan de mejoras extensión Guayaquil*. Guayaquil.
- Universidad Politécnica Salesiana. (2014). *Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <http://www.ups.edu.ec/transparencia>
- Universidad Politécnica Salesiana. (s.f.). *Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <http://www.ups.edu.ec/conoce>
- Universidad Politécnica Salesiana. (s.f.). *Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de http://www.ups.edu.ec/web/guest/normativa?p_p_id=110_INSTANCE_u8OILw1nqXw9&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_110_INSTANCE_u8OILw1nqXw9_struts_action=%2Fdocument_library_display%2Fview_file_entry&_110_INSTA

Universidad Politécnica Salesiana. (s.f.). *Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <http://www.ups.edu.ec/documents/10184/20982/Estatuto+Universitario+de+la+UPS/7350f48e-a6b8-4e40-9ec9-4d261a2ed21c>

Vega, G. (2010). El conesup y la constitución. *Archipiélago. Revista cultural de nuestra América*, 10-11.

Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios. Un enfoque de integración del cliente a* . México: Mc Graw Hill.

ANEXOS

Anexo 1: ENCUESTA A ESTUDIANTES DE PREGRADO



Universidad Politécnica Salesiana

La siguiente encuesta tiene como objetivo medir la efectividad de la comunicación interna de la universidad politécnica salesiana Guayaquil, respecto a los cambios que la institución ha implementado acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior y como esto incide en la satisfacción de los estudiantes de pregrado.

Sexo: M F

Edad: _____

Jornada: _____

Carrera: _____

1. **¿Conoce Ud. los cambios que la universidad politécnica salesiana Guayaquil ha realizado acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior?**

- Si
- No

Si su respuesta fue "SI" mencione algunos de esos cambios. Si su respuesta fue "NO" pase a la pregunta 2.

2. **¿Cómo califica de manera global los cambios realizados por la Universidad Politécnica Salesiana acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior?**

CRITERIOS	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	ME ES INDIFERENTE

Docentes tiempo completo					
Calidad de docentes					
Biblioteca					
Espacios deportivos					
Aulas					
Laboratorios					
Equipos					
Internet					
Espacios para personas con capacidades especiales					
Vinculación con la sociedad					

3. **¿En qué categoría se encuentra la Universidad Politécnica Salesiana?**

4. **¿Cuál fue el resultado de la evaluación a la UPS sede Guayaquil por parte del Ceaaces?**

- Aprobada
- Condicionada
- Fuertemente condicionada
- No aprobada
- No conozco

5. **¿Cuánto ha contribuido la UPS Guayaquil para que Ud. conozca los cambios que se han realizado acordes a la nueva ley de educación superior?**

- Mucho
- Poco
- Nada

Si su respuesta fue "Nada", pase a la pregunta 7

6. ¿Por cuáles medios universitarios se ha informado Ud. respecto a los cambios implementados?

- Página web
- Correo
- Redes Sociales
- Anuncios en carteleras
- Reuniones con autoridades
- Notiups
- Ups channel
- Otros: _____

5. ¿Con qué frecuencia se informa Ud. en los siguientes medios institucionales?

MEDIO	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
Página web				
Correo				
Facebook				
Twitter				
Carteleras				
Notiups				
Revista Utopía				
Revista Retos				
Revista Ingenius				
Ups Channel				
Otros:				

Gracias por su ayuda

Anexo 2: ENCUESTA A ESTUDIANTES DE POSTGRADO



Universidad Politécnica Salesiana

La siguiente encuesta tiene como objetivo medir la efectividad de la comunicación interna de la universidad politécnica salesiana Guayaquil, respecto a los cambios que la institución ha implementado acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior y como esto incide en la satisfacción de los estudiantes de postgrado.

Sexo: M F

Edad: _____

Maestría o especialización: _____

1. ¿Conoce Ud. los cambios que la universidad politécnica salesiana Guayaquil ha realizado acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior?

Si

No

Si su respuesta fue "SI" mencione algunos de esos cambios. Si su respuesta fue "NO" pase a la pregunta 2.

2. ¿Cómo califica de manera global los cambios realizados por la Universidad Politécnica Salesiana en las siguientes áreas, acordes a las exigencias de la nueva ley de educación superior?

ÁREAS	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	ME ES INDIFERENTE
Docentes tiempo completo					
Calidad de docentes					
Espacio de Biblioteca					
Textos actualizados					
Espacios deportivos					
Aulas					
Laboratorios					
Equipos					
Internet					
Espacios para personas con capacidades especiales					
Investigación					
Vinculación con la sociedad					

3. ¿Cuál fue el resultado de la evaluación a la UPS sede Guayaquil por parte del Ceaaces?

- Aprobada
- Condicionada
- Fuertemente condicionada
- No aprobada
- No conoce

4. ¿En qué categoría se encuentra la Universidad Politécnica Salesiana?

5. ¿Cuánto ha contribuido la UPS Guayaquil para que Ud. conozca los cambios que se han realizado acordes a la nueva ley de educación superior?

- Mucho
- Poco
- Nada

Si su respuesta fue "Nada", pase a la pregunta 7

6. ¿Por cuáles medios universitarios se ha informado Ud. respecto a los cambios implementados?

- Página web
- Correo
- Redes Sociales
- Anuncios en carteleras
- Reuniones con autoridades
- Notiups
- Ups channel
- Otros: _____

7. ¿Con qué frecuencia se informa Ud. en los siguientes medios institucionales?

MEDIO	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
Página web				
Correo				
Facebook				
Twitter				
Carteleras				
Notiups				
Revista Utopía				
Revista Retos				
Revista Ingenius				
Ups Channel				
Otros:				

--	--	--	--	--

Gracias por su ayuda



Anexo 3: ENCUESTA A DOCENTES

Universidad Politécnica Salesiana

La siguiente encuesta tiene como objetivo medir la efectividad de la comunicación interna de la Universidad Politécnica Salesiana Guayaquil, respecto a los cambios que la institución ha implementado acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior y como esto incide en la satisfacción de los docentes.

Sexo: M F

Edad: _____

Carrera: _____

Antigüedad:

Dedicación: TC MT TP

1. ¿Cuál es su grado académico actual?

- Tercer nivel
- Maestría
- PHD
- Estudiante de Maestría
- Estudiante de PhD

2. ¿Conoce Ud. los cambios que la Universidad Politécnica Salesiana Guayaquil ha realizado acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior?

Si

No

Si su respuesta fue "NO" pase a la pregunta 4, Si su respuesta fue "SI" mencione algunos de esos cambios

3. ¿Cómo califica de manera global los cambios realizados por la Universidad Politécnica Salesiana acordes a las exigencias de la nueva ley de educación superior?

- Excelentes
- Muy buenos
- Buenos
- Regulares
- Malos

4. ¿Cuánto ha contribuido la UPS Guayaquil para que Ud. conozca los cambios que se han realizado en la institución, acordes a la nueva ley de educación superior?

- Mucho
- Poco
- Nada

Si su respuesta fue "Nada", pase a la pregunta 6

5. ¿Por cuáles vías universitarias se ha informado Ud. respecto a los cambios implementados?

- Página web
- Correo
- Redes Sociales
- Anuncios en carteleras
- Reuniones con autoridades
- Notiups
- Ups channel
- Otros: _____

6. ¿Con qué frecuencia se informa Ud. en los siguientes medios institucionales?

MEDIO	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
Página web				
Correo				
Facebook				
Twitter				
Carteleras				
Notiups				
Revista Utopía				
Revista Retos				
Revista Ingenius				
Ups Channel				
Otros:				

7. La UPS ¿Le ha dado a conocer los salarios de la institución de acuerdo al cargo que se ocupe y al escalafón docente?

- Si
- No

Si su respuesta fue "SI" Responda la pregunta 8, caso contrario pase a la 9

8. ¿Cuál o cuáles fueron las vías para darle a conocer los sueldos?

9. De acuerdo a los grados del escalafón docente ¿Conoce los requisitos para ser:

- Docente titular Principal (1,2,3) SI NO
- Docente titular agregado (1,2,3) SI NO
- Docente titular auxiliar (1,2,3) SI NO

Si alguna de sus respuestas fue "SI" Responda la pregunta 10, caso contrario finalizó la encuesta.

10. ¿Cuál o cuáles fueron las vías para darle a conocer los sueldos?

Gracias por su ayuda



Anexo 4: ENCUESTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Universidad Politécnica Salesiana

La siguiente encuesta tiene como objetivo medir la efectividad de la comunicación interna de la universidad politécnica salesiana Guayaquil, respecto a los cambios que la institución ha implementado acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior y como esto incide en la satisfacción del personal administrativo.

Sexo: M F

Edad: _____

Área: _____

Cargo: _____

1. ¿Conoce Ud. los cambios que la universidad politécnica salesiana Guayaquil ha realizado acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior?

Si

No

Si su respuesta fue "NO" pase a la pregunta 3. Si su respuesta fue "SI" mencione algunos de esos cambios

2. ¿Cómo califica de manera global los cambios realizados por la Universidad Politécnica Salesiana acordes a las exigencias de la nueva ley de educación superior?

- Excelentes
- Muy buenos
- Buenos
- Regulares
- Malos

3. ¿Qué tan importante considera su trabajo para la acreditación de la UPS Guayaquil?

- Muy importante
- Importante
- No incide en la acreditación

4. ¿Cuál fue el resultado de la evaluación a la UPS sede Guayaquil por parte del Ceaaces?

- 5. Aprobada
- 6. Condicionada
- 7. Fuertemente condicionada
- 8. No aprobada
- 9. No conozco

5. ¿En qué categoría se encuentra la Universidad Politécnica Salesiana?

6. Los cambios implementados por la UPS Guayaquil acorde a las exigencias de la nueva ley de educación, ¿Han tenido incidencia en su trabajo?

- Mucho
- Poco
- No han tenido incidencia.

Si su respuesta fue "Mucho" o "Poco", mencione de qué manera han tenido incidencia:

7. ¿Cuánto ha contribuido la UPS Guayaquil para que Ud. conozca los cambios que se han realizado acorde a la nueva ley de educación superior?

- Mucho
- Poco
- Nada

Si su respuesta fue "Nada", pase a la pregunta 7

8. ¿Por cuáles medios universitarios se ha informado Ud. respecto a los cambios implementados?

- Página web
- Correo
- Redes Sociales
- Anuncios en carteleras
- Reuniones con autoridades
- Notiups
- Ups channel
- Otros: _____

9. ¿Con qué frecuencia se informa Ud. en los siguientes medios institucionales?

MEDIO	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
Página web				
Correo				
Facebook				
Twitter				
Carteleras				
Notiups				
Revista Utopía				
Revista Retos				
Revista Ingenius				
Ups Channel				
Otros:				

Gracias por su ayuda

Anexo 5: ENTREVISTA A LCDA. KARINA HIDALGO

NOMBRE:

CARGO:

Objetivo: Conocer la incidencia de los medios institucionales en el conocimiento de los cambios realizados por la institución en el marco de la Loes.

1. **¿Cuál considera Ud. Que es el papel del departamento de comunicación en los cambios que la Ups Guayaquil está realizando acorde a las exigencias de la nueva ley de educación superior?**
2. **¿Existe un plan de difusión de los cambios que la Ups Guayaquil viene realizando en el marco de la nueva ley de educación superior?**
3. **Cuáles son los medios de comunicación con que cuenta la Ups Guayaquil? ¿Nos podría dar una breve descripción de cada uno?**
4. **De los medios institucionales: ¿Cuáles consideraría Ud. Que son los más usados por el personal docente y administrativo, y a que atribuye que sean los más usados?**
5. **De los medios institucionales: ¿Cuáles consideraría Ud. Que son los más usados por los estudiantes de pregrado y postgrado, y a que atribuye que sean los más usados?**
6. **¿Ha existido o existe algún tipo de limitación para que el departamento de comunicación pueda informar a la comunidad**

universitaria respecto a los cambios que la institución está realizando en el marco de la nueva ley de educación superior?

Anexo 6: ENTREVISTA AL ING. WALTER MÁRQUEZ

NOMBRE:

CARGO:

Objetivo: Conocer la situación de la Ups Guayaquil frente a los cambios exigidos por la Loes.

1. **¿Cuál es la condición actual de la Ups Guayaquil después de la última evaluación del ceaaces y cuáles son las razones?**
2. **¿Cree Ud. que las exigencias de la nueva ley de educación superior afectan de alguna manera en el desarrollo y crecimiento de la Ups Guayaquil?**
3. **A partir de que entra en vigencia la nueva ley de educación superior, ¿Cuáles son los cambios más importantes que ha realizado la Ups Guayaquil?**
4. **¿Existe un plan de difusión de los cambios que la Ups Guayaquil viene realizando en el marco de la nueva ley de educación superior?**
5. **De manera general cómo considera que la comunidad universitaria está recibiendo los cambios que la institución está realizando a partir de la aplicación de la nueva ley de educación superior?**

Anexo 7: FICHA DE OBSERVACIÓN DE MEDIOS

MEDIO	AREA	TIEMPO DE DIFUSIÓN	CARACTERISTICAS	USO
Pag. Web				
Correo				
Facebook				
Twitter				
Carteleras				
Notiups				
Utopia				
Retos				
Ingenius				
Ups Channel				

Anexo 8: PRESUPUESTO DE SERVICIOS.

SERVICIOS					-
ACTIVIDADES ACADEMICAS, CULTURALES Y DEPORTIVAS	43.849,87	66.737,69	119.820,04	46.590,98	276.998,58
CAPACITACION DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	20.000,00	6.121,64	17.062,29	2.500,00	45.683,93
CAPACITACION DEL PERSONAL DOCENTE	35.000,00	33.321,59	28.759,07	12.332,40	109.413,07
CORREOS FLETES Y ENVIOS	2.090,00	5.073,98	3.146,31	844,85	11.155,14
FORMACION DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	30.000,00				30.000,00
FORMACION DEL PERSONAL DOCENTE CUARTO NIVEL	3.000.000,00		-	-	3.000.000,00
GUARDIANIA-MONITOREO Y VIGILANCIA	330,00	130.096,56	397.518,73	373.462,88	901.408,17
MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE	153.092,91	1.315,88	2.697,67	3.220,00	160.326,46
MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA	137.843,76	321.516,57	1.252.282,45	364.998,96	2.076.641,74
MANTENIMIENTO MUEBLES- ENSERES - EQUIPOS Y VEHICULOS	15.203,46	35.284,79	121.591,75	85.003,60	257.083,60

OTROS SERVICIOS	102.661,13	67.553,51	211.977,63	76.358,71	458.550,98
PROGRAMAS Y LICENCIAS DE COMPUTACION	390.000,00	271.041,02	10.894,34	2.357,50	674.292,86
PUBLICACIONES Y REVISTAS INSTITUCIONALES	484.000,00				484.000,00
PUBLICIDAD Y ACUERDOS	46.505,20	34.798,52	21.986,80	62.063,43	165.353,95
REPRODUCCION - IMPRESIÓN Y ELABORACION ESPECIES VALORADAS	318,77	10.142,59	105.270,70	409,79	116.141,85
SEGURO Y GUARDERIA PARA PERSONAL	17.804,78	30.392,10	126.149,13	111.657,13	286.003,14
SEGUROS DE INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y VEHICULOS	142.124,87	-	-	74.781,00	216.905,87
SERVICIOS BASICOS	1.223.128,68	197.993,63	231.754,07	246.907,91	1.899.784,29
SUSCRIPCIONES REVISTAS Y PERIODICOS	1.884,76	3.081,94	4.033,06	1.295,28	10.295,04
VIAJES DE GESTION Y REPRESENTACION DENTRO Y FUERA DEL PAIS	112.701,83	112.948,82	192.670,21	55.879,35	474.200,21
TOTAL SERVICIOS	5.958.540,02	1.327.420,83	2.847.614,25	1.520.663,77	11.654.238,87

Anexo 9: PROCESOS CLAVES DE LA UPS

Tabla# 10

Procesos de comunicación

Clasificación de procesos	Ubicación en el mapa de procesos	Área	Nombre del proceso
Misional	Vinculación con la sociedad	Consejo de publicaciones	Coordinación del consejo de publicaciones
		Consejo editorial	Coordinación consejo editorial
		Dirección técnica de comunicación y cultura	Dirección técnica de comunicación y cultura.
			Coordinación de eventos
			Coordinación de presentaciones culturales
			Difusión de material publicitario
			Seguimiento de publicaciones externas
			Promoción de oferta académica
			Gestión cultural anual
			Gestión de nuevos proyectos para grupos culturales
			Coordinación de grupos comunicacionales y culturales
			Coordinación de club de noticias estudiantiles
			Coordinación de grupo protocolario
			Elaboración de productos comunicacionales
			Elaboración de certificados
			Recepción e información
		Editorial universitaria Abya Yala	Publicaciones de libros académicos
			Publicaciones indexadas (revistas)
			Publicaciones de NotiUPS
			Publicaciones de Utopía
		Secretaría técnica de comunicación y cultura	Administración de la secretaría técnica de comunicación y cultura
			Elaboración de políticas de comunicación y cultura
			Elaboración del plan de desarrollo cultural
			Información para comunidad salesiana
			Participación en el consejo web
			Representaciones internas o externas asignadas
			Seguimiento del POA institucional
Administración de página web UPS			

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 11*Proceso de administración de la secretaría técnica de comunicación y cultura*

Nombre del proceso	Administración de la secretaría técnica de comunicación y cultura
Clasificación	Misional
Objetivo	Alcanzar la adecuada administración y gestión de la comunicación, como elemento constitutivo de los procesos de desarrollo, encaminados a la transformación de la realidad; considerados, por una parte, la participación de los actores y sectores sociales y, por otra, el proceso de planificación organización, ejecución y control de la comunicación y su relación con la administración y gerencia de los procesos de desarrollo.
Alcance	La Administración de la Secretaría Técnica de Comunicación y Cultura; se interrelacionará conjuntamente con el área de Rectorado, con asistencia de la Dirección Técnica de Comunicación y Cultura.
Inicio	Delegación de funciones del área
Fin	Cumplimiento de recomendaciones internas o externas asignadas
Responsable	Secretario técnico de comunicación y cultura
Intervinientes	Rector. Secretario técnico de comunicación y cultura
Entradas	N/A
Salidas	N/A

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 12*Proceso elaboración de políticas de comunicación*

Nombre del proceso	Elaboración de políticas de comunicación y cultura
Clasificación	Misional
Objetivo	Proponer y concretar políticas nacionales, sectoriales e institucionales de comunicación, en función de los intereses sociales; que tomen en cuenta la participación de la comunidad organizada y la construcción de consensos, y que parta del conocimiento e investigación de la realidad económico-social, cultural y comunicacional, mediante el dominio de los métodos y técnicas del trabajo profesional.
Alcance	La elaboración de Políticas de Comunicación y Cultura; se interrelacionará con el área de Rectorado, Consejo Superior y Dirección Técnica de Comunicación y Cultura.
Inicio	Solicitud de desarrollo de políticas del área
Fin	Aplicación de políticas del área
Responsable	Secretario técnico de comunicación y cultura
Intervinientes	Consejo superior. Rector. Secretario técnico de comunicación y cultura. Director técnico de comunicación y cultura.
Entradas	Solicitud de desarrollo de políticas; Asignación de desarrollo de políticas;

	Sugerencias; Políticas revisadas; Resolución sobre políticas.
Salidas	Asignación de desarrollo de políticas; Socialización de proyecto; Sugerencias; Gestión de movilización; Resolución sobre políticas; Aplicación de políticas.

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 13

Proceso administración de página Web

Nombre del proceso	Administración de página web
Clasificación	Misional
Objetivo	Administrar el Portal WEB de la Universidad Politécnica Salesiana de forma centralizada y desconcentrada. Manteniendo e innovando los servicios que ofrece el Portal Web de la Universidad.
Alcance	El proceso de Administración de Página Web, se interrelacionará con áreas Administrativas y Académicas; con asistencia de la Dirección Técnica de Comunicación y Cultura y el Secretario Técnico de Tecnologías de la Información.
Inicio	Envío de contenidos para publicación
Fin	Recepción de comunicado de que el anuncio fue publicado
Responsable	Secretario técnico de comunicación y cultura
Intervinientes	Instancias UPS; Secretario Técnico de Comunicación y Cultura; Asistente de Secretaría Técnica de Comunicación y Cultura; Asistente de Contenidos y Páginas Web; Editora; Secretario Técnico de Tecnologías de la Información.
Entradas	Contenido para publicación; Comunicado con contenido; Comunicado de contenido publicado.
Salidas	Comunicado con contenido; Comunicado de contenido publicado.

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 14

Proceso coordinación del club de noticias estudiantiles UPS (CCNEUPS)

Nombre del proceso	Coordinación del club de noticias estudiantiles UPS (CCNEUPS)
Clasificación	Misional
Objetivo	Mostrar actividades de la Comunidad Salesiana, dando cobertura a eventos para promover la identidad salesiana en un medio de comunicación.

Alcance	La coordinación de Club de Noticias estudiantiles UPS, aplicará en el área de Dirección Técnica de Administración e Inventario, estudiantes de CCNEUPS, Edición de NOTIUPS.
Inicio	Convocatoria a reunión semanal a representantes estudiantiles de CCNEUPS.
Fin	Entrega de ejemplares a usuarios de la sede
Responsable	Director técnico de comunicación y cultura
Intervinientes	Interno: Director Técnico de Comunicación y Cultura; Estudiantes de CCNEUPS; Editora de NotiUPS. Externo: Servicio de Courier; Guardia de Seguridad.
Entradas	Internas: Convocatoria a reunión; Indicaciones de cobertura de evento; Reporte del evento; Información recopilada del evento. Externas: Ejemplares; Notificación de recepción de encomienda.
Salidas	Internas: Indicaciones de cobertura de evento; Reporte del evento; Información recopilada del evento. Externas: Ejemplares; Notificación de recepción de encomienda.

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 15

Proceso elaboración de productos comunicacionales

Nombre del proceso	Elaboración de productos comunicacionales.
Clasificación	Misional
Objetivo	Marcar pautas en el impulso de proyectos en el área de comunicación popular, asumiendo este eje como un elemento transversal que garantiza: la formación, la apropiación de las tecnologías, la generación de contenidos y la divulgación, como componentes para lograr la integralidad de la práctica comunicativa.
Alcance	En la elaboración de Productos comunicacionales, se interrelacionarán las áreas de Dirección Técnica de Administración e Inventario, Dirección Técnica de Presupuesto y Análisis Financiero, áreas Administrativas y Académicas.
Inicio	Análisis de requerimientos
Fin	Solicitud de pago de facturas
Responsable	Auxiliar de dirección técnica de comunicación y cultura
Intervinientes	Interno: Responsable Departamental; Director Técnico de Comunicación y Cultura; Asistente de Dir. Téc. de Comunicación y Cultura; Auxiliar de Dir. Téc. de Comunicación y Cultura; Dir. Téc. Administración e Inventario; Dir. Téc. Presupuesto y Análisis financiero. Externo: Diseñador Externo; Imprenta.
Entradas	Internas: Solicitud; Diseño de material; Comunicado; Material gráfico. Externas: Pedido; Diseño; Correcciones; Factura.
Salidas	Internas: Notificación; Requerimiento; Comunicado; Material gráfico; Pago

	de factura. Externas: Pedido; Diseño; Correcciones; Factura.
--	--

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 16

Proceso publicaciones de NotiUPS

Nombre del proceso	Publicaciones de NotiUPS
Clasificación	Misional
Objetivo	Informar sobre la vida de la Universidad hacia adentro y hacia afuera, con noticias desarrolladas desde todos los puntos de vista, donde se sientan representados todos quienes hacen la UPS.
Alcance	Este manual de procedimientos aplica a todas actividades y documentos que intervienen en el proceso de publicaciones de NotiUPS
Inicio	Noticias relacionadas con la Universidad Politécnica Salesiana consolidadas, con el fin de generar un orden para la versión final de Notiups,
Fin	Producción y distribución de Notiups aprobada por el Consejo Editorial Notiups.
Responsable	Director técnico de comunicación y cultura
Intervinientes	Director Técnico de Comunicación y Cultura, Consejo editorial Notiups, Equipo Abya Yala.
Entradas	Noticias presentadas relacionadas a la UPS
Salidas	Publicaciones de noticias aprobadas, Notiups distribuida en la UPS

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 17

Proceso publicaciones de revista Utopía

Nombre del proceso	Publicaciones de Utopía
Clasificación	Misional
Objetivo	Promover el pensamiento de los jóvenes universitarios en los diferentes aspectos educativos de la Universidad Politécnica Salesiana, plasmándolos en la revista.
Alcance	Este manual de procedimientos aplica a todas actividades y documentos que intervienen en el proceso de publicación de Utopía
Inicio	Recolección de artículos presentados por estudiantes de la Universidad

	Politécnica Salesiana, con el fin de seleccionar y editar los mismos.
Fin	Producción y distribución de la revista Utopía, con el fin de que la revista llega a toda la comunidad universitaria.
Responsable	Editor Responsable Utopía
Intervinientes	Editor Responsable Utopía, Equipo Abya Yala.
Entradas	Artículos desarrollados por estudiantes
Salidas	Artículos de noticias aprobados , revista Utopía distribuida en la UPS

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Anexo 10: ANÁLISIS DE PROCESOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Tabla# 18

Proceso administración de la secretaría técnica de comunicación y cultura

Rector	Secretario técnico de comunicación y cultura
1.Delegar Funciones	2.Propone políticas de cultura y comunicación
	3.Elaborar plan de comunicación y cultura
	4.Elaborar plan de gestión cultural
	5.Coordinar con las direcciones técnicas de comunicación y cultura
	6.Promover la imagen institucional de la UPS
	7.Velar por la comunicación institucional
	8.Participar en el consejo web
	9.Cumplir recomendaciones internas o externas asignadas

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 19

Proceso elaboración de políticas de comunicación y cultura

Consejo superior	Rector	Secretaria tec. de Com	Dirección tec. de com.
1.Solicita desarrollo de políticas del área			
	2.Recepta solicitud de desarrollo de políticas		
	3.Asigna desarrollo de políticas del área		
		4.Recepta asignación de desarrollo de políticas del área	
		5.Elaborar proyecto de políticas de área	
		6.Socializar proyecto de políticas de área	
			7.Verificar proyecto de políticas de área
			8.Emitir sugerencias sobre el proyecto de políticas del área

		9.Recepta sugerencias sobre el proyecto de políticas del área	
		10.Incorpora sugerencias sobre el proyecto de políticas del área	
		11.Convocar a reunión de elaboración de políticas	
		12.Gestionar movilización	
	13.Recepta políticas revisadas		
	14.Verifica si existen observaciones		
	15.¿Existen observaciones? SI: Ir al paso 16. NO: Ir al paso 17.		
	16.Modificar políticas		
	17.Presentar políticas para su aprobación		
18.Receptar políticas para su aprobación			
19.Revisar y emitir resolución sobre políticas del área			
	20.Recepta resolución sobre políticas del área		
	21.Revisa y comunica resolución sobre políticas del área		
			22.Recepta comunicado sobre resolución de políticas del área
			23.Aplicar políticas del área.FIN.

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 20

Proceso administración de página Web

Instancias ups	Secretario técnico de comunicación	Asistente de contenidos y páginas web	Secretario técnico de tecnologías de la información	Editora
1.Enviar contenidos para publicación en página web				
	2.Receptar contenido para			

	publicación en página web			
	3.Verificar si cumple con parámetros para publicación			
	4.¿Cumple? Sí: Ir al paso 5 No: Ir al paso 6			
	5. Comunicar que se realice publicación adjuntando contenido. Ir al paso 8			
	6.Notificar que no se puede publicar contenido			
7.Receptar notificación que no se puede publicar contenido. FIN.				
	8.Receptar comunicado con contenido para publicación.			
	9.Verificar si el contenido es para redes sociales			
	10.¿Es para redes sociales? Sí:Ir al paso 11 No: Ir al paso 14			
	11.Publicar contenido en página social			
	12.Comunicar que el contenido fue publicado			
	13.Receptar comunicado de que el contenido fue publicado. FIN			
	14.Entregar contenido para difusión web			
		15.Recibir contenido para la difusión en la web		
		16.Solicitar		

		critérios para diseño de anuncio		
			17.Receptar solicitud de critérios y emitirlos	
		18.Realizar y enviar diseño de anuncio para su aprobación		
				19.Receptar y revisar diseño de anuncio
				20.Comunicar aprobación de diseño de anuncio
		21.Receptar comunicado de aprobación de diseño de anuncio		
		22.Ingresas en el portal de desarrollo web		
		23.Completar manuales, parámetros de publicación		
		24.Actualizar contenidos y páginas web		
		25.Publicar anuncios en la página web		
		26.Comunicar que el contenido fue publicado.		
	27.Receptar comunicado de que el contenido fue publicado. FIN			

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 21

Proceso coordinación del club de noticias estudiantiles UPS (CCNEUPS)

Director técnico de comunicación y cultura	Estudiantes de CCNEUPS	Editora de NotiUPS/Utopía	Servicio de courier	Guardia de seguridad
1.Convocar a reunión semanal a representantes estudiantiles de CCNEUPS				
	2.Receptar convocatoria y participar en reunión			
3.Presidir reunión con estudiantes CCNEUPS				
4.Diseñar cronograma de eventos de la semana				
5.Verificar si evento a realizarse es de trascendencia para NotiUPS/Utopía				
6. ¿Tiene trascendencia? Sí: Ir al paso 7 No: Ir al paso 8				
7.Recopilar y enviar información de evento de la sede editora de NotiUPS/Utopía				
8.Asignar la cobertura del evento				
	9.Receptar indicaciones			
10.Entregar equipos de comunicación				
	11.Cubrir evento			
	12.Filmar y editar videos del evento			
	13.Elaborar y entregar reporte			

	del evento y los videos editados			
14.Receptar reporte de estudiantes de CCNEUPS con videos				
15.Verificar la calidad del video realizado				
16.¿Tiene calidad? Sí: Ir al paso 17 No: Ir al paso 18				
17.Subir el video en el UPS Channel cada 15 días. FIN				
18.Indicar las correcciones pertinentes				
	19.Receptar indicaciones y realizar correcciones			
		20.Receptar información recopilada del evento de la sede		
		21.Publicar información en periódico NotiUPS y revista Utopía		
		22.Imprimir y enviar ejemplares a Sede GYE por courier		
			23.Entregar encomienda	
				24.Recibir ejemplares de NotiUPS y Utopía
				25.Notificar vía telefónica recepción de ejemplares de NotiUPS/Utopía a Director técnico de comunicación y cultura
26. Receptar notificación de				

recepción de ejemplares de NotiUPS/Utopía				
27.Solicitar a guardia que ayude en la entrega de los ejemplares a usuarios de la sede				
				28.Entregar ejemplares a usuarios de la sede. FIN

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 22

Proceso elaboración de productos comunicacionales

Responsable departamental	Director técnico de comunicación y cultura	Asistente de Dir. Tec. De comunicación y cultura	Auxiliar de Dir. Tec. De comunicación y cultura	Diseñador externo	Dir. Tec. de administración e inventario
1.Solicitar elaboración del material gráfico					
	2.Analizar requerimiento de elaboración de material gráfico				
	3.¿Aprueba? Sí: Ir al paso 6 No:Ir al paso4				
	4.Negar requerimiento de elaboración de material gráfico				
5.Receptar notificación de negación de requerimiento de elaboración de material gráfico					
	6.Verificar complejidad del diseño				

	7.¿Puede atender requerimiento? Sí: Ir al paso 8 No: Ir al paso9				
		8.Elaborar y enviar diseño de material			
	9.Remitir requerimiento		10.Recibir requerimiento		
			11.Enviar especificaciones de diseño		
				12.Recibir especificaciones	
				13.Coordinar fecha de entrega	
				14.Realizar y enviar diseño	
		15.Recibir diseño			
			16.Presentar diseño		
17.Recibir diseño	17.Recibir diseño				
	18.Revisar que este correcto el diseño				
	19.¿Está correcto? Sí: Ir al paso20 No: Ir al paso21				
	20.Presentar diseño				
	21.Solicitar correcciones				
	22.¿Es a diseñador externo? Sí: Ir al paso24 No: Ir al paso23				
		23.Realizar correcciones			
			24.Recibir observaciones e informar los cambios a realizar		
				25.Realizar las	

				respectivas correcciones	
26. Verificar que este con las especificaciones solicitadas					
27. ¿Está correcto? Sí: Ir al paso 29 No: Ir al paso 28					
28. Solicitar rectificaciones					
29. Enviar comunicado					
	30. Recibir comunicado				
	31. Verificar si requiere modificaciones				
	32. ¿Requiere modificaciones? Sí: Ir al paso 33 No: Ir al paso 34				
		33. Emitir y notificar observaciones			
	34. ¿Requiere impresión? Sí: Ir al paso 35 No: Ir al paso 44				
	35. Verificar si posee recursos para realizar impresión				
	36. ¿Posee recursos? Sí: Ir al paso 37 No: Ir al paso 39				
	37. Autorizar impresión del diseño				
			38. Receptar notificación e imprimir diseño		
	39. Solicitar servicio de impresión				
					40. Recibir

					solicitud y diseño
					41. Contratar servicios
					42. Entregar material gráfico
		43. Recibir material gráfico			
		44. ¿Requiere difusión? Sí: Ir al paso 45 No: Ir al paso 46			
		45. Difundir material publicitario			
		46. Entregar material publicitario			
47. Receptar material gráfico					
	48. ¿Se contrató diseñador externo? Sí: Ir al paso 49 No: FIN				
	49. Solicitar factura				
				50. Entregar factura	
	51. Recibir factura				
	52. Solicitar pago de facturas				
Dir. Tec. de presupuesto y análisis financiero	53. Recibir factura, solicitud de pago y pedido	54. Pagar a proveedores. FIN			

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)
Tabla# 23

Proceso publicaciones de NotiUPS

Director técnico de comunicación y cultura	Consejo Editorial NotiUPS	Equipo Abya Yala
---	----------------------------------	-------------------------

1.Determinar el orden de las noticias, con el fin de consolidar la versión final de NotiUPS		
2.Presentar noticias ordenadas para su aprobación		
	3.Recibir noticias; revisar noticias del director técnico de comunicación y cultura	
	4.Aprobar la publicación de noticias para el periódico NotiUPS	
	5.Comunicar aprobación de las noticias aprobadas	
6.Realizar edición del periódico NotiUPS		
7.Realizar diagramación del periódico		
8.Enviar la versión final del periodico		
		9.Recibir documento; producir NotiUPS
		10.Distribuir NotiUPS

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Tabla# 24

Proceso publicaciones de Utopía

Editor responsable Utopía	Equipo Abya Yala
1.Recolectar artículos presentados por los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana	
2.Realizar edición final de artículos presentados por estudiantes para incluirlos en la revista	
3.Enviar versión final de la revista Utopía para posterior diseño, producción y distribución de la misma	
	4.Recibir versión final de la revista Utopía revisada por el editor responsable
	5.Diseñar la revista de acuerdo a la versión final presentada
	6.Producir revista Utopía versión final
	Distribuir revistas Utopía en la Universidad Politécnica Salesiana

Nota: Del manual de procedimientos (Comite técnico de gestión por procesos UPS, 2013)

Anexo 11: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES, DOCENTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO.

Tabla# 25

Conocimiento de los cambios

	PREG		POST		DOC		ADM	
SI	317	19	25	53	132	80	54	76
NO	1343	81	22	47	32	20	17	24

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 26

Percepciones del personal docente y personal administrativo

	DOCENTES		ADMINISTRATIVOS	
EXCELENTES	36	27	30	56
MUY BUENOS	75	57	20	37
BUENOS	15	11	4	7
REGULARES	2	2	0	0
MALOS	4	3	0	0

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 27

Percepciones de estudiantes de pregrado

CRITERIO	MB		B		R		M		IND	

Docentes TC	598	36	801	48	133	8	38	2	90	6
Calidad docentes	535	32	823	50	218	13	33	2	51	3
Biblioteca	404	24	606	37	538	32	81	5	31	2
Esp. Dep.	414	25	675	41	370	22	134	8	67	4
Aulas	588	35	708	43	281	17	42	3	41	2
Laboratorios	508	31	731	44	331	20	50	3	40	2
Equipos	456	27	726	44	322	20	99	6	57	3
Internet	316	19	534	32	436	26	304	19	70	4
Esp. personas con Disc.	380	23	618	37	371	22	167	10	124	8
Vinculación	382	23	720	43	296	18	112	7	150	9

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 28

Percepciones de estudiantes de postgrado

CRITERIO	MB		B		R		M		IND	
Docentes TC	32	68	9	19	2	4	0	0	4	9
Calidad docentes	35	74	6	13	2	4	0	0	4	9
Biblioteca	25	53	16	34	4	9	0	0	2	4
Esp. Dep.	34	72	7	14	3	6	0	0	3	6
Aulas	36	77	5	11	3	6	0	0	3	6
Laboratorios	35	74	6	13	3	6	0	0	3	6
Equipos	20	43	15	32	9	19	0	0	3	6
Internet	9	19	28	60	5	11	5	11	0	0
Esp. personas	27	57	11	23	6	13	0	0	3	6

con Disc.										
Vinculación	30	64	9	19	4	9	0	0	4	9
Investigación	28	60	13	28	5	11	0	0	1	2

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 29

Categoría	PREG.		POSTG.		ADMIN	
B	1408	85	46	98	67	94
Desconocimiento	252	15	1	2	4	6

Categoría de la UPS

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 30

Calificación extensión UPS Guayaquil

	PREG		POST		ADM	
Aprobada	417	25	22	47	39	55
Condicionada	525	31	7	15	28	39
Fuertemente condicionada	29	2	0	0	0	0
No aprobada	14	1	1	2	0	0
No conozco	675	41	17	36	4	6

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 31

Difusión de los cambios por parte de la UPS

	PREG		POST		DOC		ADM	
Mucho	394	24	21	45	103	63	40	56
Poco	903	54	20	43	57	35	28	40
Nada	363	22	6	12	4	2	3	4

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla # 32

Grado académico actual de docentes

Tercer nivel	15	9
Maestría	117	72
PHD	2	1
Estudiante de maestría	26	16
Estudiante de PHD	4	2

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 33

Difusión de salarios

SI	113	69
NO	51	31

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 34

Vías comunicación salarios

Correo	15	13
Reuniones con directivos	73	64
GTH	18	16
Página Web	4	4
Entrega de reglamentos	3	3

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 35

Conocimiento escalafón docente

	SI		NO	
Docente titular principal	94	57	70	43
Docente titular auxiliar	107	65	57	35
Docente titular agregado	89	54	75	46

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 36

Incidencia de los cambios en el trabajo del personal

Mucho	36	51
Poco	15	21
No han incidido	20	28

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 37

Importancia del trabajo para acreditación

Muy importante	42	59
Importante	25	35
No incide	4	6

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla # 38

	PREG		POST		DOC		ADM	
Página web	491	30	16	34	80	49	26	37
Correo	502	30	16	34	131	80	39	55
Redes sociales	516	31	10	21	18	11	8	11
Carteleras	140	8	12	26	30	18	3	4
Reuniones con autoridades	89	5	4	9	88	54	15	21
Notiups	84	5	4	9	13	8	1	1
Ups channel	70	4	0	0	7	4	2	3
Otros	60	4	4	9	7	4	3	4

Vías de difusión de los cambios

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 39*Uso de medios pregrado*

	Siempre		Casi siempre		A veces		Nunca	
Página web	551	33	464	28	513	31	132	8
Correo	504	30	539	32	505	30	112	7
Facebook	480	29	483	29	471	28	226	14
Twitter	303	18	337	20	483	29	537	32
Carteleras	234	14	354	21	670	40	402	24
Notiups	212	13	257	15	538	32	653	39
Utopía	212	13	272	16	559	34	617	37
Retos	162	10	228	14	478	29	792	48
Ingenius	232	14	208	13	500	30	720	43
Ups Channel	208	13	280	17	445	27	727	44
Otros	206	12	197	12	278	17	979	59

Nota:
Adapt

ado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 40

Uso de medios postgrado

	Siempre		Casi siempre		A veces		Nunca	
Página web	10	21	16	34	9	19	12	26
Correo	11	23	13	28	10	21	13	28
Facebook	12	26	6	13	0	0	29	62
Twitter	10	21	0	0	0	0	37	79
Carteleras	9	19	0	0	12	26	26	55
Notiups	0	0	0	0	10	21	27	57
Utopía	3	6	3	6	13	28	28	60
Retos	5	11	0	0	12	26	30	64
Ingenius	2	4	0	0	3	6,4	42	89
Ups Channel	0	0	0	0	0	0	47	100
Otros	0	0	0	0	0	0	47	100

Nota:
Adaptado de la información obtenida de las

encuestas.

Tabla# 41

Uso de medios Docentes

	Siempre		Casi siempre		A veces		Nunca	
Página web	76	46	20	12	32	20	36	22
Correo	118	72	33	20	3	2	10	6
Facebook	6	4	3	2	39	24	116	71
Twitter	7	4	3	2	16	10	138	84
Carteleras	12	7	28	17	63	38	61	37
Notiups	10	6	11	7	47	29	96	59
Utopía	10	6	14	9	57	35	83	51

Retos	10	6	20	12	56	34	78	48
Ingenius	5	3	7	4	43	26	109	66
Ups Channel	4	2	6	4	45	27	109	66
Otros	3	2	8	5	9	5	144	88

Nota:
Adapt

ado de la información obtenida de las encuestas.

Tabla# 42

	Siempre		Casi siempre		A veces		Nunca	
Página web	33	46	18	25	12	17	8	11
Correo	43	61	24	34	4	6	0	0
Facebook	8	11	13	18	27	38	23	32
Twitter	1	1	6	8	20	28	44	62
Carteleras	3	4	20	28	28	39	20	28
Notiups	2	3	15	21	29	41	25	35
Utopía	2	3	12	17	26	37	31	44
Retos	2	3	8	11	29	41	32	45
Ingenius	2	3	6	8	24	34	39	55
Ups Channel	2	3	6	8	30	42	33	46
Otros	4	6	2	3	20	28	45	63

Uso de medios administrativos

Nota: Adaptado de la información obtenida de las encuestas.

Anexo 12: RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA A EXPERTOS

Tabla# 43

Entrevista Karina Hidalgo

ENTREVISTADO	PREGUNTA	RESPUESTA
LCDA. KARINA HIDALGO DIRECTORA TÉCNICA DE COMUNICACIÓN	PAPEL DEL DPTO. DE COMUNICACIÓN EN LOS CAMBIOS QUE REALIZA LA UPS	Es de apoyo para que por todos los canales posibles se difunda las actividades que la universidad está realizando.
	EXISTENCIA DE PLAN DE DIFUSIÓN	El plan es tratar de cubrir las distintas actividades de la Ups para que se informe la comunidad educativa y la sociedad en general.
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Página Web, carteleras, Facebook oficial, Facebook de carreras, Facebook de la Feups.
	MEDIOS MÁS USADOS POR PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO	En primer lugar el Facebook de la Ups Guayaquil, en segunda instancia carteleras de carreras y sin dejar atrás el correo institucional.
	MEDIOS MÁS USADOS POR PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO	El correo institucional, sobre todo para estudiantes de postgrado, en pregrado lo que más revisan ellos es el Facebook.
	EXISTENCIA DE LIMITACIONES PARA QUE LA COMUNIDAD SE INFORME EN LOS MEDIOS INSTITUCIONALES	No existe limitación, ya que los medios son efectivos, lo único que faltaría es una campaña agresiva de publicidad.

Nota: Entrevista a directora de comunicación (Hidalgo, 2014)

Tabla# 44

Entrevista Walter Márquez

ENTREVISTADO	PREGUNTA	RESPUESTA
ING. WALTER MÁRQUEZ DIRECTOR DE PLANEACIÓN, EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN	CONDICIÓN ACTUAL DE LA UPS GUAYAQUIL LUEGO DE LA EVALUACIÓN DEL CEAACES.	Estamos en categoría B, sujetos a un plan de mejoras con duración de 18 meses, por la situación de condicionada de la sede y se está haciendo lo necesario para cada día mejorar la calidad de educación que brindamos, hemos mejorado en el número de docentes con la titulación pertinente, en infraestructura, lo que realmente aún está en deuda es la producción científica.
	LOS CAMBIOS ACORDE A LA LOES, HAN AFECTADO EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE LA UPS GUAYAQUIL.	Desde hace 7 años atrás hemos tenido un desarrollo y crecimiento sostenible, casi del 900 % , al contrario de afectarnos estos cambios, vemos lo contrario, cada día son más los estudiantes que quieren estudiar en nuestra universidad.
	CAMBIOS MÁS RELEVANTES	Cantidad de docentes. Docentes con PHD. Docentes tiempo completo. Incremento salarial. Incentivo a la formación de los docentes. Aumento de libros de biblioteca, Aumento de ancho de banda.
	EXISTENCIA DE PLAN DE DIFUSIÓN	No existe un plan formal.
	PERCEPCIÓN DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA RESPECTO DE LOS CAMBIOS DE ACORDES A LA LOES.	Considero que no siempre están pendientes en los detalles de los cambios, pero sí de la categorización de la universidad, mientras estemos en categoría B y no bajemos, creo que lo percibirán bien, ahora el beneficio está por verse, por ejemplo de que sirve comprar más libros por estudiantes si estos no los usan.

Nota: Entrevista a Director de planificación y acreditación (Márquez, 2014)

Anexo 13: ESTRATEGIA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA.







YO SOY PARTE DE LA ACREDITACIÓN





NOS PREPARAMOS



YO SOY PARTE DE LA ACREDITACIÓN



YO SOY PARTE DE LA ACREDITACIÓN



