



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Laureate International Universities®

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

“PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL PROYECTO RED DE BECARIOS
COMO CANAL DE COMUNICACIÓN ENTRE ESTUDIANTES
ECUATORIANOS EN EL EXTERIOR Y LA SENESCYT”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Magíster en Dirección de Comunicación Empresarial

Profesor guía
Miguel Vásquez

Autora
Ana Karina Bonilla Cobo

Año
2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Miguel Vásquez
Máster en Comunicación
C.I.:1707996250

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Ana Karina Bonilla Cobo

C.I.: 1711184026

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a la Subsecretaría de Fortalecimiento del Conocimiento y Becas de la SENESCYT, a todos sus colaboradores, quienes me facilitaron el acceso a la información y, de manera especial, al Subsecretario, Pablo Cardoso, quien mostró mucha apertura e interés para la realización de este trabajo.

A Annagrisel Álvarez, que de muy buena voluntad puso un granito de arena para cumplir esta meta.

No quiero dejar de lado a Miguel Vásquez, mi profesor guía, quien con su dedicación, paciencia y buen direccionamiento, me ayudó a sacar este trabajo adelante.

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a mis papás, quienes siempre han creído en mí, me han apoyado incondicionalmente y me han dado las fuerzas para salir adelante en cualquier momento.

En especial quiero dedicar a las abues: mi Abue Tille, quien siempre está pendiente de mi y a mi Abue Tita, quien seguramente desde el cielo estará orgullosa de este nuevo logro.

RESUMEN

El Gobierno de Ecuador tiene como prioridad el desarrollo de capacidades a través de garantizar la educación, con el fin de lograr un desarrollo social y económico. Por este motivo, la Subsecretaría de Fortalecimiento del Conocimiento y Becas de la SENESCYT tiene un crecimiento constante de becarios, siendo este su público principal. Hasta el momento, ha beneficiado a aproximadamente 3500 ecuatorianos y ecuatorianas que han querido desarrollarse académicamente, ya sea en el exterior o en el Ecuador.

Dentro de este marco, nace la idea de mejorar la comunicación con su principal público objetivo, a través de varios canales y/o herramientas de comunicación. La comunicación es difícil con los estudiantes, debido a su ubicación geográfica a lo largo del mundo; por esto, se ha desarrollado una herramienta que permita mantener a los becarios con información actualizada y oficial.

A pesar de la gran herramienta con la que cuenta la Subsecretaria para mantener contacto con los becarios, esta no se ha explotado de manera adecuada, por lo que a partir de una encuesta realizada a los usuarios de la página web, se conoce claramente que la herramientas es subutilizada, a pesar de sus grandes virtudes.

Por este motivo, en este trabajo se propone una serie de estrategias que buscan optimizar este importante canal de comunicación, convirtiéndose en la base principal del Proyecto Red de Becarios y un pilar fundamental en el contacto con los estudiantes ecuatorianos en el exterior, becados por la SENESCYT.

Para tener un plan integral de comunicación, se pondrá en marcha acciones que involucren otras herramientas y/o canales de comunicación, que permitan mantener una comunicación permanente de doble vía con los becarios.

ABSTRACT

One of Ecuador's Government priorities is the development of capabilities through guaranteeing education, in order to achieve social and economic development. For this reason, the Undersecretary of Knowledge Strengthening and Scholarships of the SENESCYT has a steady growth of scholarship holders, which had become its main stakeholder. So far, approximately 3500 Ecuadorian students have benefited from the scholarships in order to develop themselves academically, abroad or in Ecuador.

Within this framework, the idea to improve communication with their main stakeholder through multiple channels and/or communication tools has born. The communication with the Ecuadorian students is difficult, because of their geographic location throughout the world; for this reason, the SENECYT has developed a tool that allows scholarship holders to keep updated and official information.

Despite the great tool the Undersecretary holds in order to maintain contact with the scholarship holders it has not been adequately exploited. Therefore, from a survey applied to the webpage users, it was clearly understood that the tool is underutilized, despite its great virtues.

For this reason, this dissertation proposes several strategies that seek to optimize this important communication channel, becoming the main tool of the Scholars Network Project and a mainstay to stay in contact with Ecuadorian students with scholarships from the SENESCYT.

To have a comprehensive communication plan, some actions will involve other tools and/or communication channels that will allow constant two-way communication scholarship holders.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	4
1.1 La Secretaria Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT)	4
1.2 Subsecretaría de Fortalecimiento del Conocimiento y Becas	8
1.3 Proceso de obtención de becas	10
1.4 Proceso de postulación	11
1.5 Proceso del adjudicatario	13
1.6 Proceso del becario.....	14
CAPÍTULO 2	17
2.1 Concepto de comunicación	17
2.2 Comunicación institucional.....	21
2.3 Comunicación organizacional.....	23
2.3.1 El proceso de comunicación dentro de las organizaciones	24
2.4 Comunicación mercadológica	24
2.5 La educomunicación.....	27
CAPÍTULO 3	29
3.1 Método	29
3.1.1 Tipo de investigación y enfoque	29
3.2 Pregunta de investigación	30
3.3 Objetivos	30
3.3.1 Objetivo genera	30
3.3.2 Objetivos específicos.....	31
3.4 Muestreo/participantes	31
3.5 Análisis de resultados.....	32

3.6	Resumen de respuestas.....	52
3.7	Conclusiones.....	55
CAPÍTULO 4	56
4.1	Propuesta estratégica de mejoramiento del Proyecto	
	Red de Becarios de la SENESCYT	56
4.1.1	Antecedentes.....	56
4.1.2	Matriz FODA del Proyecto Red de Becarios.....	59
4.1.3	Objetivo de comunicación de la propuesta estratégica	60
4.1.4	Mapa de públicos para el Proyecto Red de Becarios	60
4.1.5	Estrategias de comunicación para el mejoramiento del Proyecto Red de Becarios de la SENESCYT	62
4.1.6	Cronograma sugerido de ejecución de tácticas y/o acciones	65
4.1.7	Presupuesto referencial.....	66
4.1.8	Conclusiones y Recomendaciones.....	67
REFERENCIAS	69

INTRODUCCIÓN

Hasta el momento, la comunicación entre la comunidad académica y la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) ha sido limitada, pues solo cuenta con medios comunes como correo electrónico y, en casos particulares, llamadas telefónicas o correo tradicional. Este limitado flujo de comunicación ha ocasionado inconvenientes en relación al servicio que ofrece la institución con sus becarios, generando malestares con el principal público de la Institución.

Por otro lado, uno de los problemas estructurales del desarrollo profesional ecuatoriano es la creación de capital humano y social. En gran parte, es por la falta de comunicación y aparentemente el poco acceso a la información a la que este segmento de la población – los becarios – se ha enfrentado. Esto ha desencadenado en la llamada “fuga de cerebros”, es decir, la migración de elementos capaces y preparados, quienes salen en busca de oportunidades que no son posibles en el país de origen. Como se menciona en un documento preliminar sobre la Red de Becarios, “debe considerarse que, debido a la falta de fe en el país, la intención de muchos emigrantes de no regresar implicaría la pérdida definitiva de un alto porcentaje de profesionales jóvenes capacitados.” (SENESCYT, 2012, p. 3).

Sin embargo, dado el crecimiento del número de estudiantes ecuatorianos residentes en el exterior – principalmente los becarios de la SENESCYT - ha sido necesario crear e implementar un canal digital, acorde a las nuevas tecnologías de comunicación. La finalidad de esta herramienta es facilitar el intercambio de información, fomentado la investigación y la interacción de la comunidad académica, conformada por: investigadores, sabios, científicos, becarios y estudiantes ecuatorianos en el extranjero (no necesariamente becarios). Cada uno de estos grupos - desde sus propios espacios virtuales o comunes llamados perfiles de usuario - podrán acceder a cierto tipo de información derivada de los programas, planes, proyectos y trámites que

desarrolla y emprende la SENESCYT. Así también, podrán compartir inquietudes de cualquier tipo, compartir experiencias de viaje e incluso datos sobre vivienda, transporte, universidades, etc.

Esta herramienta virtual también busca mantener información actualizada sobre el capital humano residente en el exterior, de tal manera que permita establecer estrategias de comunicación apropiadas y sectorizadas según el lugar de residencia. Al mismo tiempo, esto permitirá mantener un censo de la población de estudiantes ecuatorianos en el exterior, lo cual también arrojará datos característicos de composición de esta población, ya sean como: países con mayor población de estudiantes ecuatorianos, preferencias de profesiones y países, tiempos de las carreras, etc.

El portal Red de Becarios – con el mismo nombre del gran proyecto - es un canal de comunicación digital que proporciona información académica, social, cultural y participativa; sus enlaces o sitios de interés conducen al usuario a una gama de opciones e información relacionada a temas que se publican en el Portal.

A pesar de que la SENESCYT cuenta con esta gran herramienta, no se le ha dado el uso que permita alcanzar el objetivo de comunicación, pues no se encuentra enmarcado dentro de un plan de comunicación estratégico, que permita llegar de varias maneras a este público.

Hay que considerar que, además del portal Red de Becarios, existen otras herramientas de comunicación y que para llegar a la mayor parte de los públicos objetivos, se debe realizar un plan estratégico de comunicación, que cuente con herramientas innovadoras - ya sean tradicionales o no – y que estén a la “altura” del principal público objetivo, que son estudiantes de alto desempeño académico o investigadores; públicos que siempre están a la vanguardia de la tecnología.

Por este motivo, la propuesta de este trabajo es realizar un plan estratégico de comunicación para el proyecto Red de Becarios, en el que todas las herramientas de comunicación se complementen, de tal manera que se asegure que la información llegue a través de todos los medios, a todos los públicos y de manera oficial.

Para conseguir el objetivo de este trabajo, previamente se aplicó una encuesta en la que se pudo conocer la opinión de una buena cantidad de estudiantes ecuatorianos en el exterior, de los cuales, la mayoría eran becarios de la SENESCYT.

CAPÍTULO I

1.1 La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT)

La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) es una organización gubernamental, dependiente de la Presidencia de la República del Ecuador, que se encarga de dirigir la política de educación superior en el país. Su misión es ejercer la rectoría de la política pública en el campo de la educación superior, la ciencia, tecnología, innovación y los saberes ancestrales, coordinando y articulando las acciones entre el sector público y los sectores productivos públicos y privados.(SENESCYT, 2013).

La SENESCYT fue creada en mayo de 2011 bajo el marco de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), mediante al Decreto Ejecutivo N° 517 de octubre de 2010. Fue concebida como una institución adscrita a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), suprimiendo al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y aprobando la disolución y liquidación de la Fundación para la Ciencia y Tecnología (FUNDACYT). (SENESCYT, 2013).

La SENESCYT está dirigida por el Secretario Nacional, quien es designado por el Presidente de la República. La organización se divide en dos subsecretarías generales y estas, a su vez, en otras subsecretarías especializadas, descritas a continuación:

- **Subsecretaría General de Educación Superior:** Su misión es Gestionar estratégicamente la formulación de la Política Pública de Educación Superior articulada con los sectores públicos y productivos, el Sistema Nacional de Educación y el de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales.

- **Subsecretaría de Formación Técnica y Tecnológica:** Tiene como objetivo gestionar la política pública de formación técnica y tecnológica, artes, música y pedagogía.
- **Subsecretaría de Formación Académica y Profesional:** Esta dependencia está encargada de la coordinación de instituciones vinculadas a la formación académica y profesional de pregrado y posgrado, así como de la coordinación interinstitucional para la suscripción de convenios con fines de formación académica y profesional de pregrado y posgrado.
- **Subsecretaría General de Ciencia, Tecnología e Innovación:** su finalidad es la de manejar, de manera integral, los conocimientos científicos y tecnológicos; recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales; y desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional.
- **Subsecretaría de Investigación Científica:** Tiene como misión “promover la articulación entre las instituciones de los Sistemas de Educación Superior y el de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales y los actores del sector productivo a nivel nacional e internacional, con el objetivo de desarrollar programas y proyectos de investigación y actividades científicas en áreas estratégicas que contribuyan al desarrollo del país, asumiendo el desafío de avanzar hacia una sociedad basada en el conocimiento. (SENESCYT, 2013).
- **Subsecretaría de Innovación y Transferencia Tecnológica:** Su misión es promover la vinculación entre las instituciones de los Sistemas de Educación Superior y Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales públicas y privadas y los actores del sector productivo a nivel nacional e internacional vinculados a la innovación y transferencia de tecnología para estimular el desarrollo de programas y proyectos de innovación científica y transferencia, especialmente en áreas estratégicas

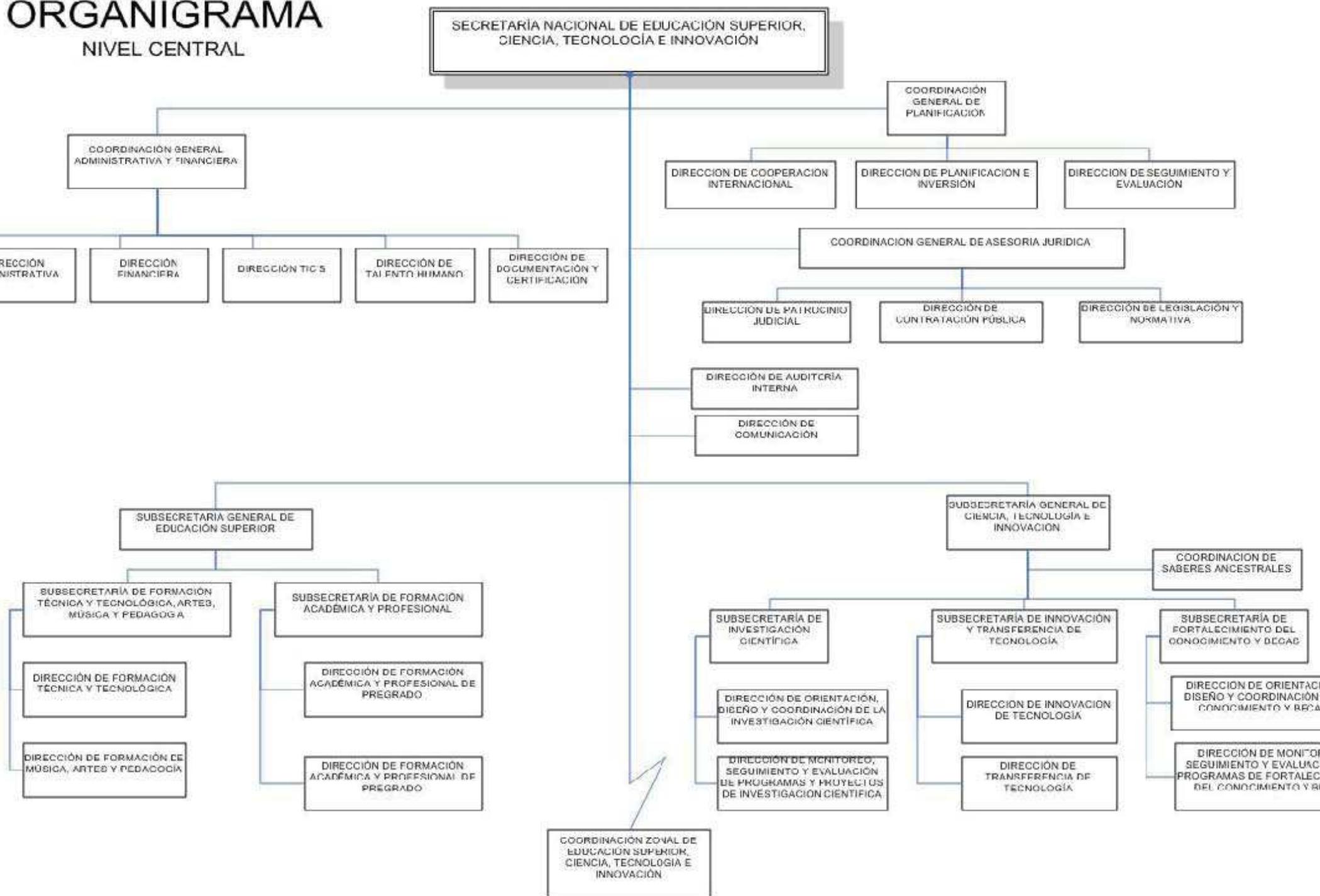
para el país, asumiendo el desafío de avanzar hacia una sociedad basada en el conocimiento. (SENESCYT, 2013).

- **Coordinación de Saberes Ancestrales:** El objetivo es Fortalecer y potenciar la recuperación de los saberes ancestrales en coexistencia con el conocimiento científico. Fundamentar científicamente la investigación de los saberes ancestrales e incorporarlos a la cultura científica en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía para la consecución del Buen Vivir. (SENESCYT, 2013).

- **Subsecretaría de Fortalecimiento del Conocimiento y Becas:** Su misión se basa en gestionar estratégicamente la Política Pública de apoyo y fortalecimiento para la formación de excelencia de los/as ecuatorianos/as en todas las áreas del conocimiento. (SENESCYT, 2013).

ORGANIGRAMA

NIVEL CENTRAL



Cada una de estas subsecretarías, con sus diferentes proyectos acorde a su campo de acción, está presidida por un subsecretario, quien se encarga de las estrategias y actividades correspondientes a cada una de las ellas.

Es importante recalcar que el objeto de estudio del presente trabajo es uno de los proyectos presentados por la subsecretaría mencionada anteriormente (la Subsecretaría del Fortalecimiento del Conocimiento y Becas). Con el fin de tener una idea sobre su campo de acción, a continuación se exponen los lineamientos generales de la subsecretaría y sus respectivos proyectos.

1.2 Subsecretaría de Fortalecimiento del Conocimiento y Becas

El fin principal de esta Subsecretaría es administrar becas para la formación de cuarto nivel en universidades y centros de educación superior de excelencia académica en el extranjero, con el objetivo de promover el desarrollo de las capacidades de los ciudadanos ecuatorianos.

El Gobierno de Ecuador ha dado prioridad a la ciencia y tecnología, así como al desarrollo del talento humano ecuatoriano, por lo que paulatinamente aumenta la inversión en formación de cuarto nivel. La ciencia y la tecnología constituyen parte de los pilares fundamentales del Plan Nacional del Buen Vivir, elaborado por la Secretaría Nacional de Planificación Y Desarrollo, SENPLADES.

La Subsecretaría de Fortalecimiento y Becas maneja varios programas, que se describen a continuación:

- **Becas nacionales:** Su principal objetivo es ofrecer oportunidades de educación superior a jóvenes de escasos recursos económicos. Este programa ofrece a ciudadanos ecuatorianos la oportunidad de realizar sus estudios de nivel técnico o tecnológico superior, de tercer o cuarto nivel, en instituciones de educación superior □públicas y particulares□ del país, bajo modalidad presencial. Para acceder a este tipo de becas, los postulantes

deben estar dentro de ciertos grupos prioritarios, históricamente excluidos o discriminados y aquellos a los que por mandato de la Ley les corresponde este derecho, a fin de garantizar su acceso, permanencia, movilidad, egreso y titulación del sistema de educación superior, a través de mecanismos de inclusión y equidad social, de conformidad con la normativa vigente. (SENESCYT, 2013).

- **Convocatoria abierta:** Cada año, la Subsecretaría de Fortalecimiento y Becas realiza una convocatoria a todos los ecuatorianos que deseen realizar sus estudios de cuarto nivel en universidades y centros de estudios de excelencia académica en el exterior. Este programa, cubre todos los rubros de manutención y da prioridad a las áreas de estudio propuestas por la SENESCYT, para el desarrollo de la sociedad ecuatoriana.
- **Becas de cooperación internacional:** La SENESCYT ha realizado convenios con gobiernos e instituciones internacionales, para que éstos otorguen becas y cursos de estudios, que permiten la capacitación y formación profesional a los ecuatorianos. Los convenios involucran países de todos los continentes e instituciones de carácter internacional.
- **Universidades de excelencia:** Permite que todos los estudiantes residentes dentro y fuera del país, que deseen realizar sus estudios de tercer o cuarto nivel en el exterior, accedan a estudiar en una de las 200 mejores universidades del mundo. La beca es completa y cubre todos los rubros para que el becario pueda concentrarse exclusivamente en sus estudios. Para postularse a este tipo de becas, se debe contar con la carta de aceptación de cualquiera de las universidades del listado de universidades de excelencia de la SENESCYT.
- **Programas de becas complementarias:**
 - **Becas “Enseña Inglés”:** Este programa es trabajado en coordinación con el Ministerio de Educación y tiene como objetivo fortalecer los

conocimientos y metodologías de enseñanza del idioma inglés para los docentes de la materia, quienes deben tener título de cuarto nivel en Ciencias de la Educación con especialización en idioma inglés, Enseñanza de Inglés, Lingüística, o Lingüística Aplicada y egresados/as de estas carreras. Además, pueden acceder a esta beca quienes cuenten con título académico de tercer nivel en cualquier otra área, con una experiencia comprobada mínima de 1 año en la enseñanza de inglés. El propósito es fortalecer a los docentes de 8° año de Educación General Básica (EGB) a 3° año de Bachillerato, de establecimientos fiscales.

- **Ayudas económicas:** Este es un apoyo monetario (no reembolsable) con fines académicos, que se puede otorgar una sola vez a estudiantes, docentes, investigadores y profesionales, para que puedan cubrir el costo de rubros inherentes a su formación y desenvolvimiento académico. Estos proyectos deben estar encaminados a fortalecer sus capacidades estudiantiles, profesionales e investigativas.
- **Becas para docentes universitarios:** Este tipo de becas concede un financiamiento completo no reembolsable, que permite a los educadores obtener el grado académico de PhD en universidades de reconocimiento y prestigio alrededor del mundo, con el objetivo de fortalecer el talento humano.

1.3 Proceso de obtención de becas

Antes de abordar el proceso de becas, es necesario comprender el lenguaje que utiliza la SENESCYT. Los siguientes términos hacen referencia a las distintas etapas del proceso:

1. **Postulante:** Persona natural de nacionalidad ecuatoriana que se somete a proceso de postulación, precalificación, evaluación y selección, establecidos por la SENESCYT o IECE.

2. **Adjudicatario:** Persona natural de nacionalidad ecuatoriana, que ha superado los procesos de postulación, evaluación y selección, pero que todavía no firma el contrato con la SENESCYT.
3. **Becario:** Persona natural de nacionalidad ecuatoriana que haya suscrito el contrato de financiamiento correspondiente.

1.4 Proceso de postulación

En la primera etapa, quienes desean aplicar a la beca (los postulantes) deben seguir los siguientes pasos:

1. **Postulación:** Se refiere a la primera vez que un postulante solicita la beca a través del sitio web.
2. **Recepción de documentos:** La documentación requerida de acuerdo al tipo de beca a la que se aplica es recibida también vía Internet tras la postulación en línea.
3. **Preselección de área estratégica:** Son las siguientes cinco áreas definidas por la SENESCYT, como prioridad del Plan Nacional del Buen Vivir:
 - **Ciencias de la Vida:** Bioquímica, Biotecnología, Botánica, Microbiología, Farmacología, Inmunología, Terapias Médicas, Biología Marina, Conservación Biológica, Gerontología, Genética, Oncología, Epidemiología, Salud, Matemáticas, Física, Química y demás áreas afines priorizadas por la SENESCYT.
 - **Ciencias de la Producción e Innovación:** Ciencias Agropecuarias, Agroindustria, Acuicultura, Maricultura, Mareografía, Producción Animal, Producción Pesquera, Producción de Alimentos,

Electromecánica/Automotriz, Nanotecnología, Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información y Comunicación, y demás áreas afines priorizadas por la SENESCYT.

- **Ciencias de los Recursos Naturales:** Hidrología, Oceanografía, Medio Ambiente, Recursos Naturales, Meteorología, Vulcanología, Petroquímica/Petróleos, Hidrocarburos, Energías, Geología/Geociencias, Minas, Metalúrgica, Geografía, Recursos Hídricos, Recursos Forestales, Gas Natural, Prevención de Riesgos/Catástrofes, y demás áreas afines priorizadas por la SENESCYT.
 - **Ciencias Sociales:** Educación, Artes, Cultura, Periodismo, Filosofía, Historia Economía, Economía Aplicada, Econometría, Demografía, Gerencia y Administración de Hospitales, Seguridad, Conservación de Patrimonio, Arqueología y otras carreras afines.
 - **Artes y Cultura:** Artes Plásticas, Artes Escénicas, Danza, Música, Fotografía, Cine y demás carreras afines.
 - **Especialidades médicas:** Incluye todas las especialidades médicas y odontológicas.
4. **Examen probatorio:** Los postulantes precalificados por la SENESCYT rinden un examen que tiene como objetivo realizar una evaluación de sus destrezas verbales, numéricas y de razonamiento analítico.
 5. **Entrevista:** En el caso de las personas que se encuentran en Ecuador, la entrevista es personal, mientras que para las personas que se encuentran fuera del país, se trata de una conferencia en línea a través de cualquiera de las herramientas tecnológicas que brinde la web, tal como Skype, Goto Meeting, etc.

6. **Evaluación de las cartas de referencia y récord académico:** Se comprueba la veracidad de las cartas de recomendación entregadas en la segunda etapa.
7. **Calificación:** Cada una de las etapas tiene una calificación y aquí se presenta la calificación final, con lo que se informa la aprobación o desaprobación para ser becario.

1.5 Proceso del adjudicatario

Es importante conocer, de igual manera, el proceso al que deben someterse los adjudicatarios, una vez que han aprobado todos los pasos anteriores. En primer lugar, como parte de un proceso interno, se asigna un analista al becario, quien estará en contacto con él desde el principio de la adjudicación de la beca hasta la última etapa, la fase de compensación, que se explicará más adelante.

A continuación, se presentan los pasos que una persona debe seguir desde el momento en que se le comunica que es adjudicatario de una beca de la SENESCYT.

1. **Presentación de documentos habilitantes:** Son aquellos documentos que habilitan al postulante (copia de la cédula de identidad, planilla de servicio básico, hoja de vida, etc.). Adicionalmente deben presentarse la documentación del o los garantes.
2. **Elaboración de presupuesto:** Al momento en que el adjudicatario se dispone a elaborar el presupuesto, debe presentar la documentación completa que sirva de herramienta al analista para establecer los montos de cobertura de tu beca. Los presupuestos se elaboran en base a la información establecida por la SENESCYT y cubren los siguientes rubros: manutención, matrícula, colegiatura y derechos de grado,

pasajes aéreos de ida y vuelta, costos de investigación de tesis, material bibliográfico, seguro de salud y vida.

3. **Aprobación del presupuesto:** El analista deberá aprobar el presupuesto con el consentimiento final de un Comité de Becas.
4. **Elaboración del contrato de financiamiento:** El analista deberá realizar el contrato conforme al formato preestablecido por la SENESCYT.
5. **Firma del contrato de financiamiento:** Finalmente se firma el contrato de financiamiento, a partir de lo cual el adjudicatario se convierte becario.

1.6 Proceso del becario

Una vez que el adjudicatario pasa a ser becario, atravesará por el siguiente proceso:

1. Seguimiento financiero y académico: Al final de cada período de estudios, el becario debe presentar la información correspondiente (documentación original), solicitada por la SENESCYT para el seguimiento.
2. Desembolsos: La SENESCYT tiene la obligación de realizar los desembolsos antes de iniciar cada período, siempre y cuando se haya enviado previamente la documentación original solicitada.
3. Compensación: El becario debe retornar al Ecuador al término de sus estudios, para cumplir con el período de compensación, que corresponde al doble del tiempo de financiamiento de los estudios, de acuerdo a lo establecido en el contrato de beca.

Así también, es elemental conocer que los becarios deben cumplir con las siguientes obligaciones desde el momento de la firma del contrato:

- Aprobar los estudios en los plazos establecidos y obtener el título académico de cuarto nivel.
- Presentar el reporte oficial de calificaciones que demuestre la aprobación del ciclo.
- Obtener al menos el promedio mínimo exigido para aprobar el ciclo.
- Cumplir con el Código de Ética de los Becarios de la SENESCYT.
- Retornar al Ecuador al término de sus estudios para cumplir con el periodo de compensación.
- Presentar los justificativos de gastos.
- Resaltar el nombre del país y de la SENESCYT, en todos los actos académicos.
- Notificar a la SENESCYT respecto de cualquier modificación del plan de estudios presentado.
- Mantener contacto permanente y directo con la SENESCYT y formar parte de la Red de Becarios.

Finalmente, es importante recalcar que las bases de postulación, de cada uno de los tipos de becas, se encuentran las especificaciones según el programa al que aplique cada persona.

Para un mejor entendimiento de los diferentes programas de la SENESCYT, se adjuntarán en los anexos del presente trabajo las respectivas bases de postulación, vigentes hasta el año de realización de esta disertación.

Después de esta breve descripción sobre la SENESCYT, se puede determinar que la institución es muy compleja y tiene un campo amplio de acción, lo que hace indispensable la distribución del trabajo en subsecretarías especializadas. Así también, es trascendental definir estrategias y acciones en cada una de ellas, pues tienen distintos objetivos y/o públicos a los cuales dirigen sus esfuerzos.

Es importante mencionar que cada una de las subsecretarías también tiene varios objetivos, por lo que la segmentación de áreas es igualmente importante en ella. Es así que la finalidad de este trabajo es llegar a un público objetivo específico – los becarios -, quienes son la razón de ser de esta Subsecretaría y, por lo tanto, de este proyecto.

CAPÍTULO II

2.1 Concepto de comunicación

Es necesario partir de la premisa impartida a lo largo de la maestría DirCom de la Universidad de las Américas en Ecuador, que es “que sin comunicación no es viable la gestión de una organización (Fuentes, 2012, p.1). A partir de este concepto, se desarrollarán otros, que serán el eje transversal de este capítulo.

A pesar de que existen algunas teorías sobre los componentes de la comunicación, la teoría ha concertado que los elementos que permiten su funcionamiento son: emisor, canal, receptor, mensaje y realimentación. A continuación, se describe cada uno de ellos.

Emisores aquella persona, compañía, institución o cualquier otra organización que origine el mensaje. La responsabilidad de la preparación del mensaje radica en el emisor (Fernández Collado, 1991, p. 22). Dicho de otra manera, es aquel actor que crea y codifica el mensaje para luego transmitirlo, por medio de un canal o medio, a un receptor, perceptor y/u observador.

El **canales** el vehículo que transporta los mensajes del emisor al receptor; el eslabón físico entre quien envía el mensaje y el receptor del mismo (Fernández Collado, 1991, p. 22). En otras palabras, un canal de comunicación es el medio de transmisión a través del cual viajan los mensajes o señales portadoras de la información que se pretenden intercambiar entre emisor y receptor.

El **receptor** es quien realiza el proceso inverso al del emisor; se convierte en el objetivo del proceso de comunicación, ya que es a donde se quiere llegar con el mensaje (Fernández Collado, 1991, p. 22). Es el punto (persona u organización) al que se destina el mensaje; él descifra o interpreta lo que el emisor quiere dar a conocer. Existen dos tipos de receptor: el pasivo, que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o perceptor, que es aquel que

no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe y lo almacena. Este último tipo de receptor permite el *feedback* o retroalimentación, que será descrita más adelante.

Mensaje se refiere a la idea, sentimiento, orden, disposición, a manera de estímulo, que el emisor transmite al receptor. Los mensajes se componen de símbolos que tiene un significado para el emisor y para el receptor (Fernández Collado, 1991, p. 22). También se puede definir como el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos □en resumidas palabras, la información□ que el emisor desea transmitir al receptor.

Feedback o retroalimentación es el mensaje de retorno o la respuesta del receptor al mensaje emitido por el emisor. La retroalimentación es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo; una comunicación efectiva requiere de una respuesta (actitud o conducta) sea esta deseada o no por el emisor. La retroalimentación o *feedback* logra la interacción entre el emisor y el receptor; puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación). Si no hay realimentación, entonces solo existe transmisión de información, mas no un proceso comunicativo, pues este precisa que las dos partes interactúen de la misma manera y que los roles sean intercambiados permanentemente.

Teniendo en cuenta los elementos fundamentales de la comunicación, y aplicándolos al objetivo de este trabajo, es oportuno exponer ahora los conceptos de la Dirección en Comunicación, que Joan Costa define a partir de tres ámbitos principales, considerados áreas estratégicas y operativas de una organización. La gestión de estos tres ámbitos de la comunicación permite elaborar un plan integral de comunicación –preciso y global, que abarque todas las áreas–, ya que dará paso a una visión holística de la organización.

A continuación, se expone el esquema que el mismo Joan Costa ha realizado para representar y explicar los tres ámbitos de la comunicación:

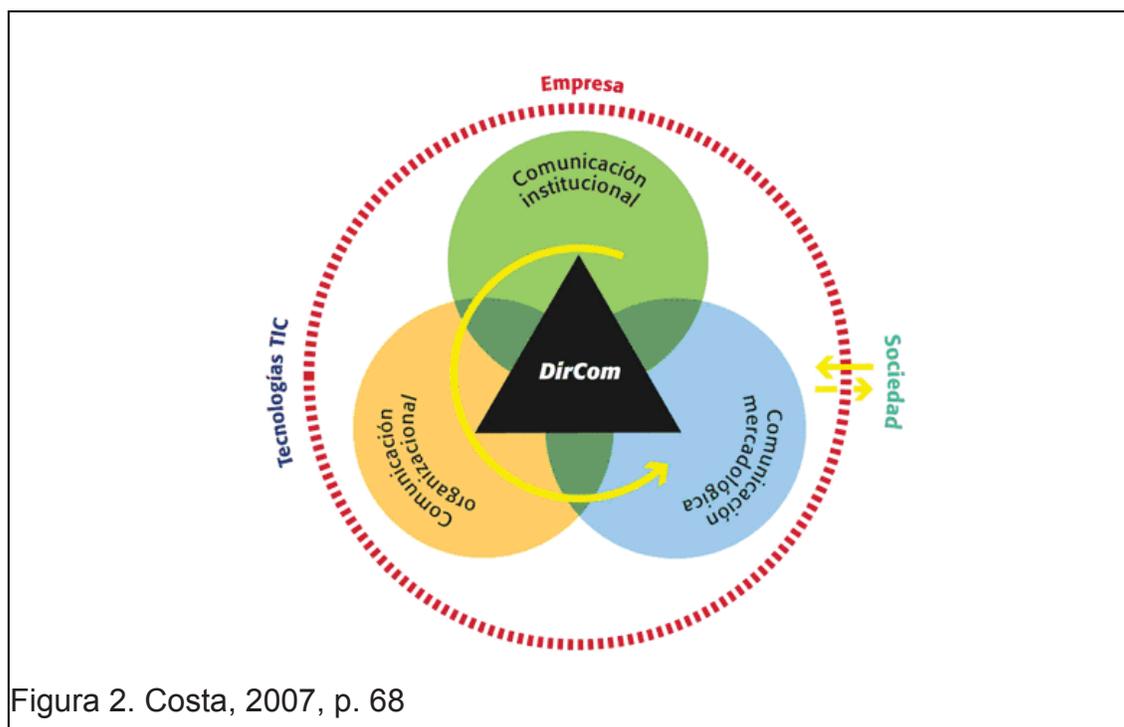


Figura 2. Costa, 2007, p. 68

- **Comunicación institucional:** Ocupa un lugar jerárquico, ya que quien la comanda es la plana mayor de una empresa –desde un presidente ejecutivo y/o un consejo de administración, hasta las direcciones de la empresa–. Los públicos externos, quienes se relacionan con esta esfera son conocidos como *stakeholders* –o públicos relacionados de interés recíproco–. Por este motivo, dentro de este ámbito de la comunicación, es necesario conocer la relación de la organización con cada uno de ellos, a fin de identificar aquellos aliados estratégicos y así establecer tácticas de comunicación apropiadas y en función de sus necesidades.
- **Comunicación organizacional:** La esfera de la izquierda, que se refiere al ámbito organizacional interno, abarca todos los componentes de una institución, es decir los colaboradores de la empresa en todos los niveles, quienes serán manejados bajo un mismo concepto de cultural organizacional y de información. Es por esto que para cualquier análisis de comunicación, es importante estudiar la cultura organizacional (pasada, actual y a la que se quiere llegar), para conocer el concepto que tienen los diferentes niveles de la organización sobre la empresa; la apreciación y conocimiento de los objetivos y valores corporativos. Así también, es

trascendental conocer la historia, la filosofía, los procesos, las políticas, las normas, los códigos de la organización, las maneras de comunicarse, los flujos de comunicación, etc.

- **Comunicación mercadológica:** Por último, pero no menos importante, sino complementario, se encuentra el ámbito mercadológico, el cual opera en el campo social. Dicho de otra manera, todas las estrategias realizadas en este sentido van dirigidas a los públicos externos, o más conocidos como clientes. La comunicación mercadológica se enfoca en la interacción de la empresa con los públicos; la comunicación es el eje que permite vincular la actividad productiva de una empresa o comercio (su producto o servicio) con las demandas de la comunidad. (Fuentes, 2013, p. 1).

Ya enmarcados en los ámbitos de la comunicación –los que serán profundizados más adelante–, es necesario dar a conocer conceptos claves de la comunicación, por lo que se puede anotar que los procesos de comunicación implican relaciones entre personas que intercambian distintos tipos de información entre sí, a través de un proceso comunicativo en el cual se construyen, se emiten, se reciben mensajes y, en definitiva, se intercambia información.

Todas las relaciones humanas tienen como base fundamental la comunicación. Así, el talento humano se constituye como el activo más importante de todas las organizaciones; es imprescindible manejar la comunicación entre los miembros del personal de manera adecuada para optimizar el trabajo de las organizaciones.

Se entiende a la comunicación organizacional como un proceso que permite el intercambio de información dentro de una organización (comunicación interna) y con los actores externos con los que esta se relaciona, así como con sus potenciales aliados y socios (comunicación externa y relaciones públicas). A continuación se profundiza un poco más en cada uno de los campos

anteriormente expuestos, pues cada uno de ellos trata un eje fundamental de la gestión de la comunicación.

2.2 Comunicación institucional

En el módulo de la maestría DirCom de la UDLA, llamado “Comunicación institucional y liderazgo”, se hace referencia al concepto de comunicación institucional como:

La palabra institucional, implica todas las actividades realizadas por una organización y, por tanto, si nos referimos a la comunicación será ésta la encargada de transmitir identidad y naturaleza, cuando se pone en relación con otras organizaciones y personas en un sistema social. La palabra institucional determina de modo decisivo el ámbito de estudio al que se dirige; se trata de estudiar el modo en que las organizaciones comunican su identidad en un contexto social determinado, en relación con otras organizaciones y personas que conforman su entorno. No es, un conjunto de técnicas rígidas a las que se tienen que adaptar las organizaciones para conseguir comunicar. (Buenaventura, 2011, p. 7).

El objeto de esta rama de la comunicación es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con los que se relaciona, por lo que el factor humano es de suma importancia. Las relaciones que se establecen con una variedad de públicos requieren un alto grado de participación por parte de ellos, ya que supone una relación comunicativa, no necesariamente formal.

Como se menciona en el texto de la maestría DirCom, La Porte define a la Comunicación Institucional como el tipo de comunicación realizada de modo organizado, por los directivos de una organización, dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que se desarrolla su actividad (Buenaventura, 2011, p. 7). Esto quiere decir que se aplica la comunicación organizacional a través de sus representantes, pues cada uno de los colaboradores trasmite la

personalidad de la organización de modo indirecto, a través de su forma de actuar y de su manera de comunicar.

Dentro de la comunicación institucional se pueden establecer tres grandes públicos: claves, secundarios y terciarios. Los primeros son aquellos que tienen un alto nivel de influencia y control de la información; los secundarios pueden influir de manera importante, ya sean informados (quienes reciben la información) o influyentes (quienes emiten la información); y los terciarios son los que tienen bajo control de la información y poca influencia.

La caracterización de públicos, que implica el análisis de la relación con cada uno de ellos, es de vital importancia, ya que permitirá establecer estrategias de comunicación adecuadas para cada uno de ellos.

Así también, en el texto de la materia anteriormente mencionada en este acápite, se reconoce a la comunicación institucional como:

aquella que se emite desde el nivel jerárquico superior, desde los directivo(s); a partir de esta perspectiva tenemos que es aquella que abarca desde la presidencia y el consejo de administración, las vicepresidencias y direcciones generales. Es decir, que involucra a todos aquellos que actúan como responsables de los procesos internos, son la cúpula empresarial y los primeros niveles de la organización. Son quienes toman decisiones definitivas, proyectan la política y el futuro de la empresa. (Buenaventura, 2011, p. 11).

Concluyendo, la comunicación institucional tiene por objetivo primordial comunicar la identidad de una organización, ya sea de manera formal, a través de sus representantes oficiales, o de manera informal, a través de cada uno de sus colaboradores.

2.3 Comunicación organizacional

La comunicación está inmersa en el día a día de una organización, por lo que se pueden entender todos los procesos organizacionales como acciones de comunicación.

La comunicación organizacional, a la cual también se la puede llamar comunicación interna, maneja todos los flujos de información que se transmiten entre los colaboradores al interior de una empresa. Por este motivo, he hace referencia a la información proporcionada en los módulos de la maestría DirCom, a la cual pertenece este trabajo: “Comunicación institucional y liderazgo” y “Cultura organizacional y comunicación interna”.

En una organización de esta época, se define a la comunicación interna como uno de los pilares sobre los cuales se asienta la gestión de la comunicación (Lozada, 2011, p. 12), ya que a lo largo de los años se ha demostrado que la manera como se producen las relaciones al interior de las instituciones, mejora el funcionamiento integral de las mismas, siendo esta la base de la gestión de comunicación.

La importancia que se le da a la comunicación organizacional radica en que es un proceso comunicativo participativo, que incluye a todo el personal de una empresa, de una u otra manera. A través de este ámbito de la comunicación se logra la integración de los procesos y las funciones dentro de una organización, así como la integración de los colaboradores, a todos los niveles. Dicho de otra manera, la comunicación organizacional ayuda a que la empresa se vuelva participativa e incluyente, pues da importancia a todos y cada uno de los colaboradores.

Ya adentrados un poco más en el concepto de comunicación organizacional, se procede a tratar el concepto de comunicación interna, a partir del cual se derivan algunos otros conceptos. En las palabras de Justo Villafañe, el principal

objetivo de la comunicación interna es apoyar estructuralmente al proyecto empresarial (Villafañe, 2008, p. 60). Esto quiere decir que la comunicación interna se convierte en un aspecto fundamental al momento de crear estrategias para una fuerte estructura empresarial, con imagen e identidad propias.

Así también, dentro de este campo de la comunicación, se encuentra la gestión de la cultura organizacional, la que ayudará a la formación del personal, acorde a los objetivos organizacionales de la empresa.

Como se puede apreciar, hay un estrecho vínculo entre la gestión de comunicación interna y la de recursos humanos, por lo que es común que la responsabilidad de la comunicación interna esté a cargo del departamento de recursos humanos; no obstante, siempre debería estar a cargo de un especialista de la comunicación, que gestione de manera adecuada el flujo de información.

El desarrollo y profesionalización de la comunicación interna se ha reflejado en los planes de comunicación, la creación del área especializada y de los mandos directivos para dirigirla. En la actualidad, es común que las empresas cuenten con un área, o al menos una persona, responsable del manejo de la comunicación interna; así mismo, es usual que se implementen estrategias que ayuden a mejorarla.

2.3.1 El proceso de comunicación dentro de las organizaciones

El esquema clásico de la comunicación, emisor-mensaje-receptor, sirve de base para el manejo de las relaciones dentro de una empresa; al conocer cómo se configura este proceso, se podrá definir las estrategias adecuadas para la organización. Según las necesidades de la empresa, este modelo se tornará más complejo, con más detalles y componentes. Sin embargo, se debe tener en cuenta que el punto de partida será el circuito básico de comunicación.

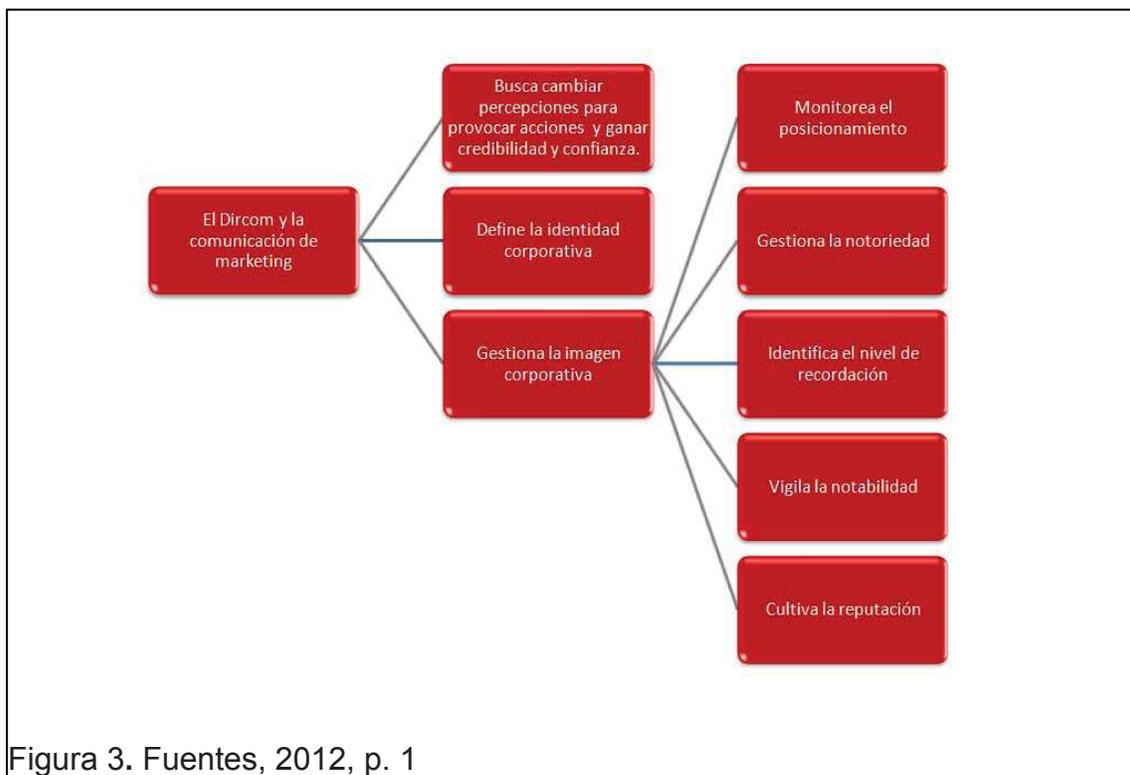
A lo largo de la historia de la comunicación los estudiosos en esta materia han presentado varias teorías sobre la transmisión de información; sin embargo, en este trabajo se hace mención al modelo clásico de comunicación, ya que a partir de éste nacen otros modelos. Además, al tener menos componentes, este modelo facilita la comprensión del proceso de la comunicación en su esencia.

2.4 Comunicación mercadológica

La comunicación de *marketing*, ya que se relaciona con otras disciplinas –como la mercadotecnia, las relaciones públicas, la publicidad, el patrocinio–, tiene un campo de estudio muy amplio, el cual no será profundizado en este trabajo. No obstante, es importante presentar una visión general sobre este ámbito de la comunicación.

Joan Costa parte de que el marketing opera directamente en el campo social y en eso se diferencia sustancialmente de la esfera Organizacional. (Costa, 2007, p. 71).

La comunicación mercadológica tiene estrecha relación con aquellas áreas de la organización en que las estrategias son dirigidas a los públicos externos, tales como las áreas de *marketing*, publicidad, relaciones públicas y relaciones comerciales. Siendo de esta manera, el papel que cumple un profesional de la comunicación en este ámbito se resume en el siguiente esquema, presentado por la profesora Sandra Fuentes en el módulo “La comunicación de Marketing de producto/servicio”:



Un concepto claro de la comunicación de *marketing* es expuesto en el texto de la maestría DirCom, correspondiente a la materia dictada por la profesora Sandra Fuentes (2012, p. 9): La comunicación de marketing es el gerenciamiento de la imagen Corporativa; armonizando el posicionamiento, la recordación, notabilidad y la notoriedad en búsqueda de la reputación de la organización.

La comunicación de *marketing* parte del producto o servicio como su razón de existir; es por esto que se debe a sus públicos externos tales como clientes, distribuidores, mayoristas, etc. Así, se que cada producto promete algo a sus clientes, dependiendo del sector al que va dirigido, lo que ocasiona que la organización desarrolle sus actividades. El valor de cada producto “surge del encuentro entre lo que la organización promete y lo que los públicos perciben de ese ofrecimiento.(Fuentes, 2012, p. 11).

Como conclusión, se puede mencionar que la gestión de la comunicación de *marketing* busca la toma de decisiones en los clientes, las mismas que

incentivarán en ellos la adquisición del producto o servicio. Esto se realiza en base a los atributos del mismo y gracias a las estrategias utilizadas, lo que debería generar un vínculo entre el cliente y la organización.

2.5 La educomunicación

Antes de hablar sobre lo que es la educomunicación –actualmente conocida también como alfabetización o educación mediática–, es de suma importancia dar a conocer los antecedentes de su aparición.

Años atrás, a mediados de los 70 y a principios de los 80, muchos programas de comunicación para los medios fueron desarrollados en el Continente Americano. En la misma época la UNESCO reconoció la necesidad sobre el estudio sobre los procesos comunicativos y determina que la educomunicación incluye todas las formas de estudiar, aprender y enseñar (Anónimo, 2013, p. 17) en el contexto de la utilización de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas científicas. Se aduce que es un nuevo campo de intervención cultural, en el que los profesores y alumnos enseñan y aprenden al mismo tiempo.

Se puede resumir el pensar de algunos autores - quienes coinciden en conceptos -, en la siguiente cita, pues consideran que la educomunicación es comprendida “en un contexto de cambio cultural, revolucionario, dialógico, que nunca se acaba, dialéctico, global, interactivo, que adquiere sentido en la educación popular, en la que comunicadores/educadores y receptores/alumnos, enseñan y aprenden al mismo tiempo, son alternativamente emisores y receptores.”

Entonces, educomunicación viene a ser el estudio de los medios de comunicación y su influencia en las diferentes sociedades y culturas, para facilitar la difusión de la información y promover la interacción e interactividad en los procesos educativos, de enseñanza-aprendizaje.

Dentro de la educomunicación, es importante conocer las áreas principales en las que se relacionan la educación con la comunicación. La primera área está relacionada con la tecnología, pues propone introducir herramientas tecnológicas al proceso educativo. Después se encuentra la segunda área, llamada educación para los medios de comunicación, que no es más que una alfabetización que busca el comprender la lectura y escritura de los procesos de comunicación en general. La tercera área hace referencia a la investigación teórica de la interrelación entre los procesos educativos y los procesos comunicativos (Anónimo, 2013, p. 23). Finalmente, se encuentra una cuarta área de intervención que se ha hecho conocer como gestión de ecosistemas educomunicativos; tiene como objetivo mover la acción y el diálogo y tratar de lograr una vinculación interdisciplinar entre los diferentes momentos de la vida escolar (Anónimo, 2013, p. 24).

Para concluir, es importante conocer que la comunicación y la educación se han juntado para cumplir ciertas funciones que por sí solas no les habría sido posible. Entre las principales funciones de la educomunicaciónes prudente destacar que las dos especialidades son activadoras del conocimiento; fusionan la teoría y la práctica; debido a la alta participación investigativa de los estudiantes, los medios activarán la relación entre los que enseñan y los que aprenden; los medios como fuente de información asumen el papel de ejercitadores de operaciones del pensamiento para mejorar las habilidades intelectuales para comprender, seleccionar y analizar la información. (Anónimo, 2013, p. 26).

CAPÍTULO III

3.1 Método

3.1.1 Tipo de investigación y enfoque

La propuesta de este trabajo de investigación es mejorar un proyecto ya existente que no ha obtenido los resultados esperados, a pesar de los recursos empleados y de las estrategias implementadas. Para esto, se realizará un plan estratégico de comunicación, con las diferentes metodologías estudiadas y desarrolladas en la maestría de Dirección de Comunicación de la Universidad de las Américas, sede Ecuador.

Este trabajo se propone mejorar el programa Red de Becarios a través de la optimización del uso de las herramientas comunicativas que la SENESCYT maneja con sus públicos objetivos, para lo cual se ha optado por usar varias herramientas de investigación, que se describirán más adelante.

Para determinar la actual aceptación del programa Red de Becarios de SENESCYT –incluyendo el Portal– es necesario conocer el punto de vista de algunos de los principales públicos del programa. Ya que el portal Red de Becarios es la principal herramienta que utiliza este programa, es imprescindible conocer la opinión que tienen los usuarios sobre ella.

Si bien es cierto, la mayoría de los usuarios son becarios de la SENESCYT, existe un porcentaje mínimo que ha solicitado adherirse a la Red, sin tener relación con la institución. Por este motivo, es sumamente importante saber cómo conocieron la Red, los motivos por los que solicitaron adherirse, su opinión como actuales usuarios de la Red, etc.

Para llegar a cumplir esta meta se ha desarrollado y aplicado una encuesta, la cual ha permitido conocer los diversos puntos de vista de los usuarios. Así

también, se han obtenido muchas sugerencias, que permitirán la elaboración de estrategias más acertadas.

Por otro lado, aunque se tiene un conocimiento previo del funcionamiento del Programa, se ha entrevistado al Subsecretario de Fortalecimiento y Becas, así como al encargado del manejo de la misma. Esto ha permitido obtener importante información sobre la idea inicial con la que este proyecto fue concebido.

Otra importante herramienta de la cual se ha obtenido información es el portal Red de Becarios, la cual ha permitido conocer opiniones sobre temas específicos gracias a los foros que se abren. En este mismo ámbito, la herramienta *Google Analytics*—con datos del portal Red de Becarios— ha sido de gran ayuda, pues expresa datos actuales e históricos sobre la navegación en la página, los que serán presentados más adelante.

3.2 Pregunta de investigación

¿De qué manera se puede mejorar el intercambio de información entre estudiantes residentes en el exterior y la SENESCYT?

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo general

Conocer el estado actual del proyecto Red de Becarios, en relación a las estrategias de comunicación usadas con el principal público de interés del mismo.

3.3.2 Objetivos específicos

- Conocer los puntos de vista de los estudiantes ecuatorianos en el exterior.
- Conocer estadísticas de los estudiantes en el exterior, a partir del portal Red de Becarios.
- Implementar nuevos canales de comunicación entre los diferentes públicos.
- Analizar los canales de comunicación existentes y mejorarlos, de ser necesario.
- Fomentar la interacción de los participantes en el portal Red de Becarios.

3.4 Muestreo/participantes

La muestra es un segmento de población seleccionado para representar al total de la población. En este trabajo, se considera un universo de 4547 (Este número es un valor aproximado de la totalidad de becarios y la información fue proporcionada el 16 de enero de 2013 por la SENESCYT.) becarios, que son el total de becarios y ex-becarios registrados en la base de datos de la SENESCYT, y que actualmente son usuarios de la Red de Becarios. Siendo de esta manera, el tamaño de la muestra se calcula según la siguiente fórmula. Este número es un valor aproximado de la totalidad de becarios y la información fue proporcionada el 16 de enero de 2013 por la SENESCYT:

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

Donde:

N= Población = 4547

z= Variable normal tipificada, $z \sim N$ (media = 0, varianza = 1) (corresponde a un nivel de confianza del 95 %) = 1,96

e=Nivel de error= 5%

p= Probabilidad de acierto= 50%

q= Probabilidad de desacierto= 50%

Por lo tanto, de un total de 4547 becarios ecuatorianos a nivel mundial, se espera obtener una muestra de 354, con un mínimo margen de error del 5%.

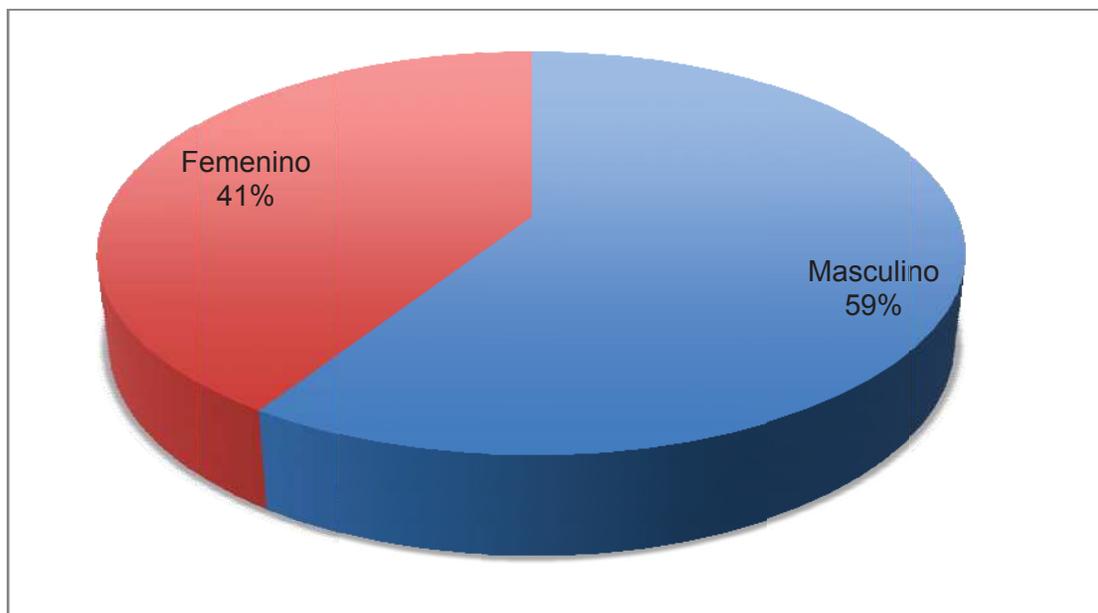
Para la aplicación de la encuesta, se envió un correo electrónico con el link de la encuesta a todos los becarios, adjudicatarios y ex becarios de la base de datos de la SENESCYT. De esta acción se obtuvo una favorable respuesta de 374 encuestas contestadas hasta el 23 de julio.

3.5 Análisis de los resultados

A continuación se presenta un resumen de los resultados obtenidos en la encuesta realizada:

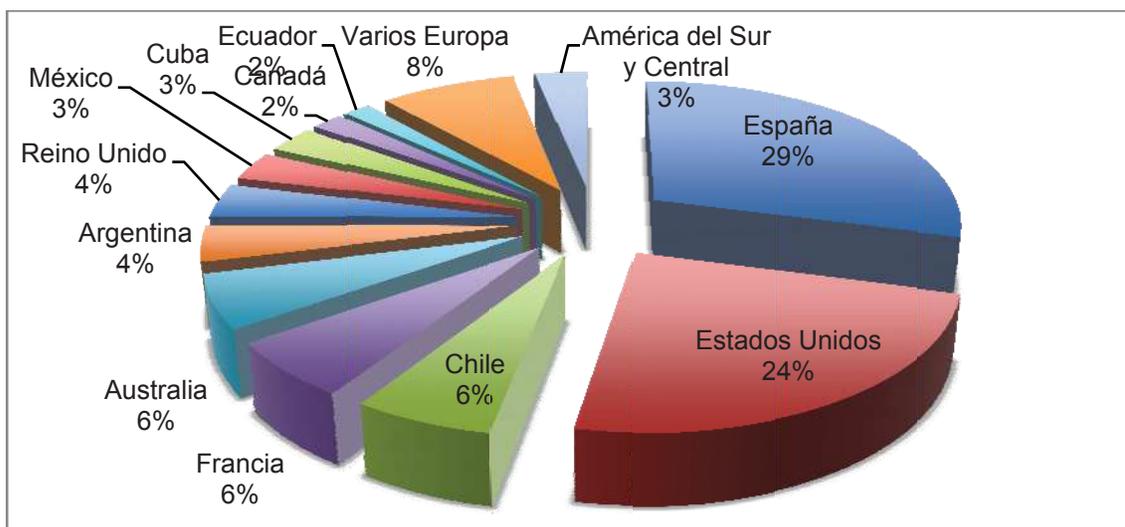
Género

De los 374 encuestados 221 son hombres y 153 son mujeres, cifras que corresponden a los porcentajes que se muestran en el gráfico:



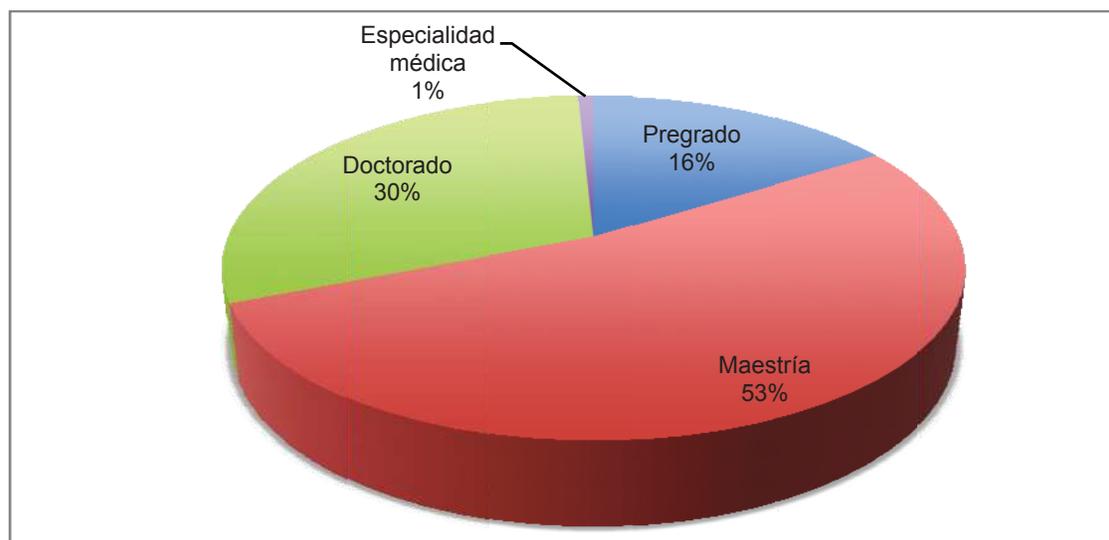
País de estudios

198 de los encuestados –número que corresponde al 53%– realizan sus estudios en Estados Unidos y España. El resto de individuos que respondieron a la encuesta se encuentran distribuidos en otros países del mundo, entre los que predominan los europeos.



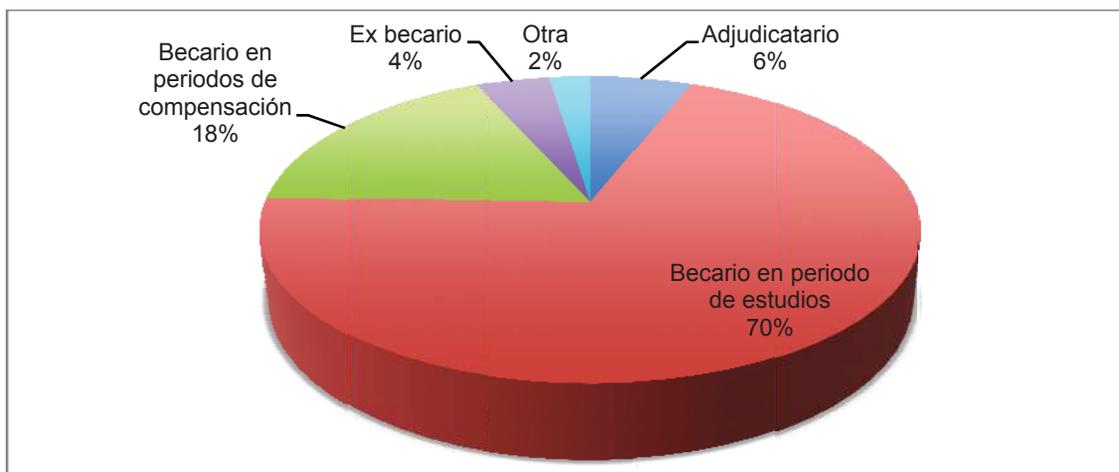
Programa de estudios

Más de la mitad de los encuestados han realizado o se encuentran realizando una maestría; los programas de Doctorado y Pregrado representan un porcentaje, por mucho, menor.



1. ¿Qué relación tiene con la SENESCYT?

De la totalidad de encuestados, 260 de ellos se encuentran estudiando actualmente, lo que corresponde a la gran mayoría.

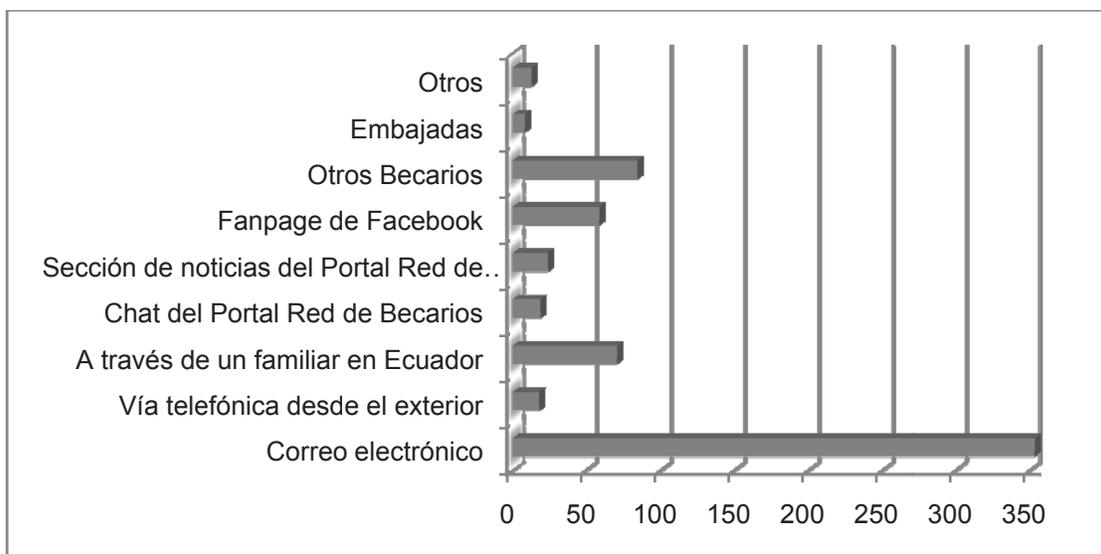


2. Respecto de la relación con la SENESCYT, ¿qué canales de comunicación son los más usados por usted para recibir noticias de la institución?

En esta pregunta se solicitó a los encuestados que escogieran como máximo tres de las opciones presentadas. Casi la totalidad de los estudiantes escogieron al correo electrónico como una herramienta favorita de comunicación entre ellos y la SENESCYT.

En porcentajes muy inferiores se encuentran canales de comunicación, entre los que están otros becarios, a través de un familiar en Ecuador o de una *fanpage* de Facebook.

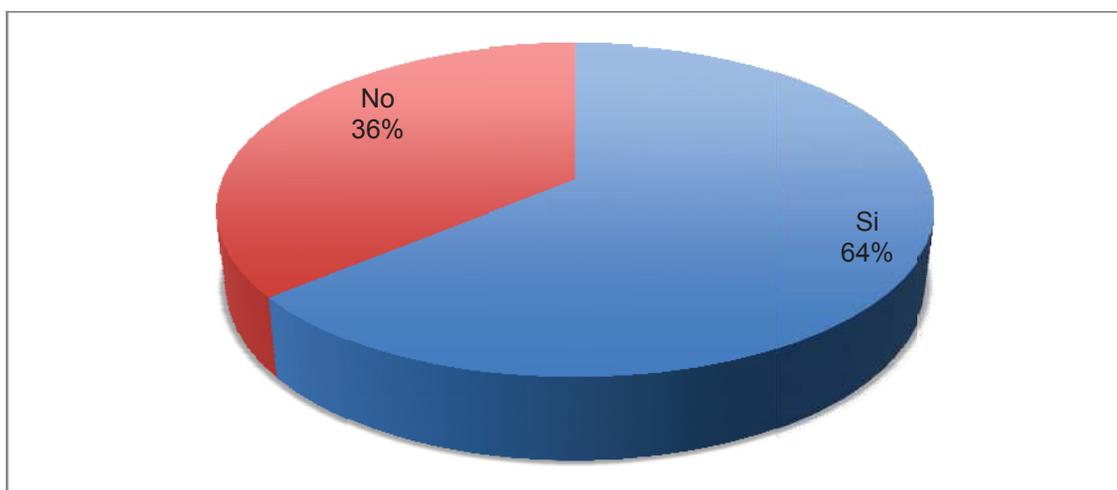
El chat y la sección de noticias del Portal Red de Becarios son usados por únicamente 43 de los 374 encuestados.



SOBRE EL PROGRAMA RED DE BECARIOS DE LA SENESCYT

3. ¿Conoce sobre el programa Red de Becarios?

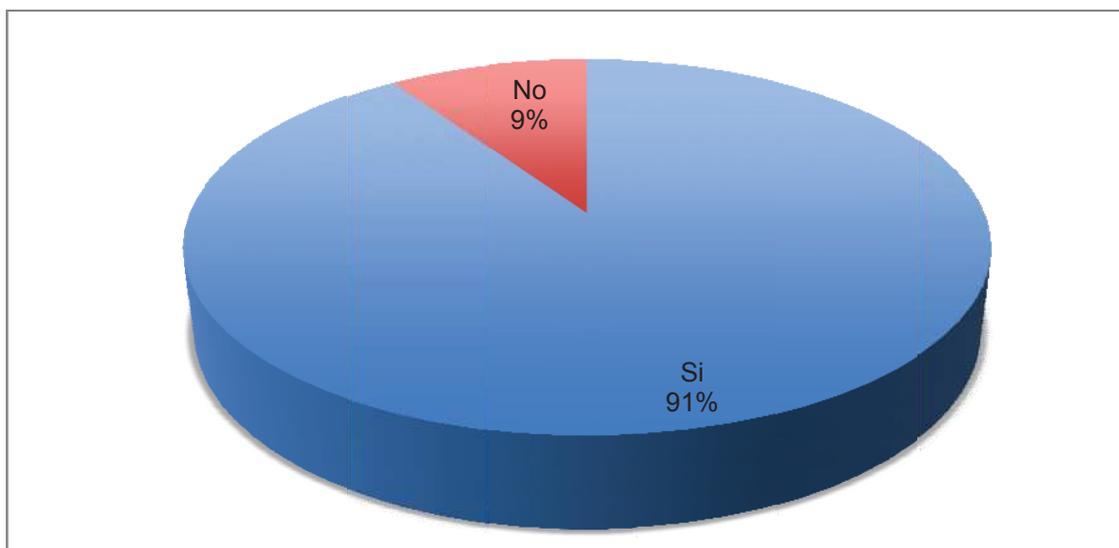
Un poco más de la mitad (239) de los Becarios tienen conocimiento sobre el programa Red de Becarios de la SENESCYT, lo cual demuestra que es importante reforzar la comunicación del programa y del portal.



Después de la respuesta a esta pregunta, se solicitó continuar con la encuesta únicamente a aquellas personas que respondieron positivamente.

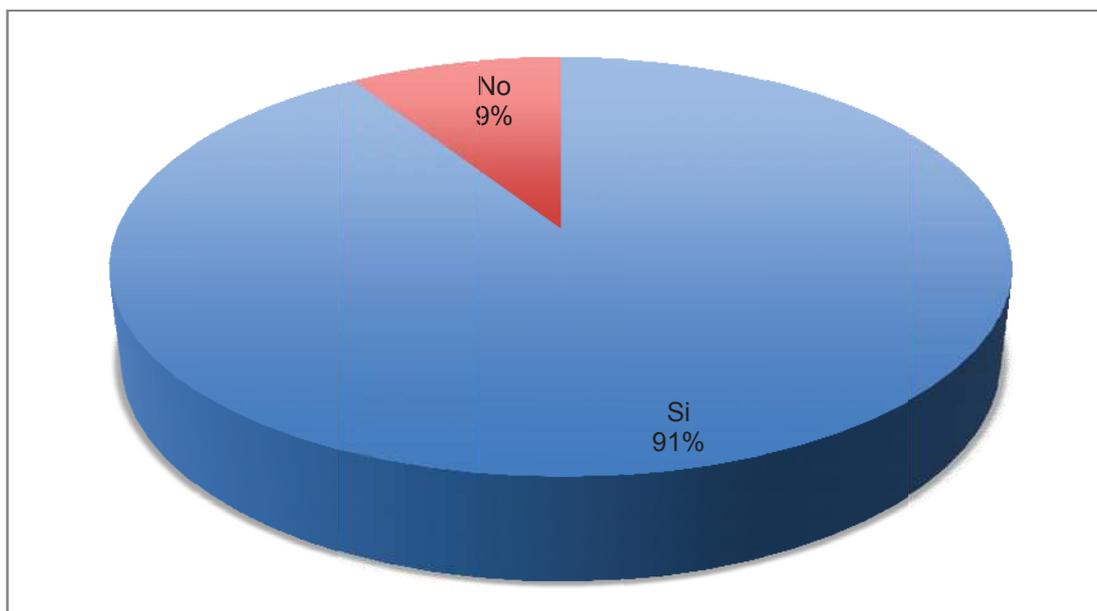
4. Una propuesta de integración podría ser realizar reuniones periódicas por regiones en los países de mayor concentración de Becarios, ¿estaría dispuesto/a a asistir?

Casi la totalidad de los encuestados están interesados en tener reuniones periódicas con funcionarios de la SENESCYT, con la finalidad de mantener una comunicación constante y de doble vía.



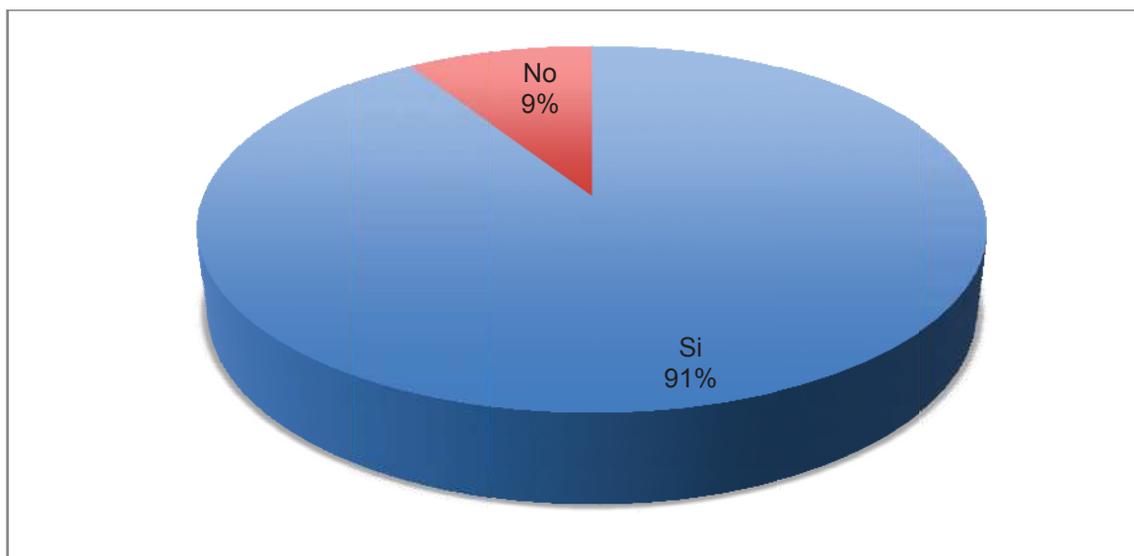
5. Se pretende realizar un boletín de y para Becarios. ¿Estaría usted interesado en participar?

Al igual que en la pregunta anterior, que se refiere a la comunicación de doble vía, la mayoría de los encuestados se muestran interesados en participar y recibir un documento con información de interés para los becarios, en el que los principales protagonistas sean ellos precisamente.



6. ¿Le agradecería recibir el boletín de y para becarios?

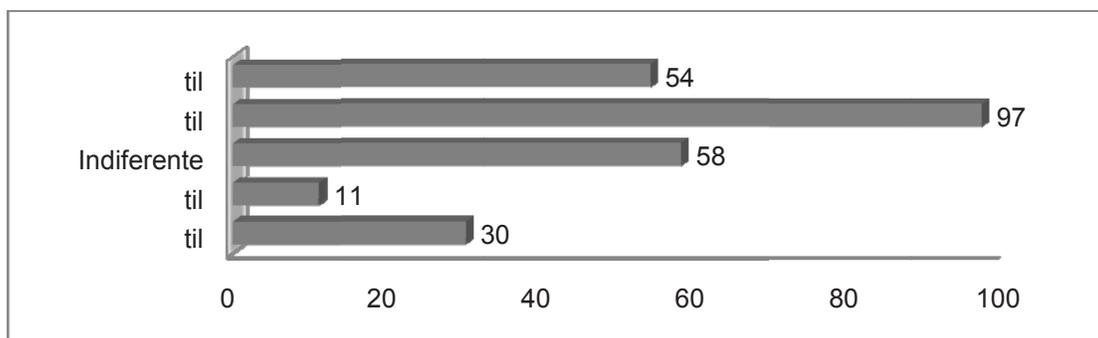
En los mismos porcentajes, los encuestados tienen interés en recibir un boletín con información general sobre el proyecto Red de Becarios.



7. Por favor califique la utilidad de las siguientes herramientas relacionadas con la Red de Becarios (portal y programa).

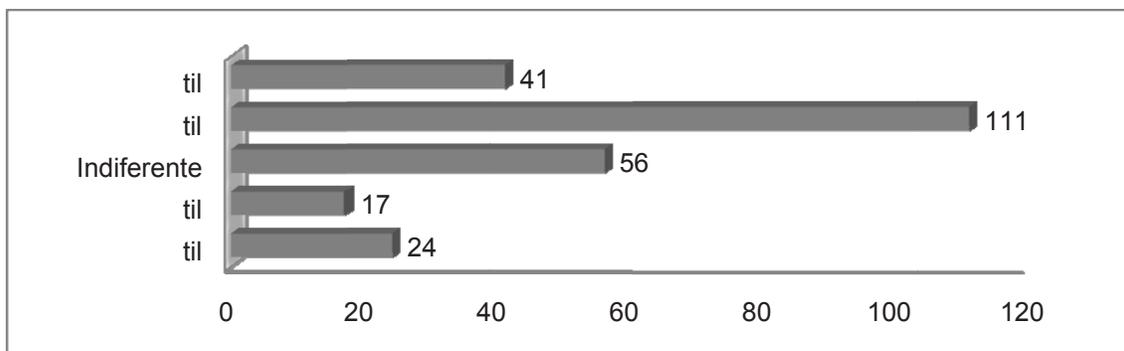
Información sobre el Programa Red de Becarios

Casi la mitad de los encuestados consideran que la información proporcionada sobre la Red de Becarios es de utilidad, lo que da luces sobre qué es lo que se debe enfatizar al difundir información.



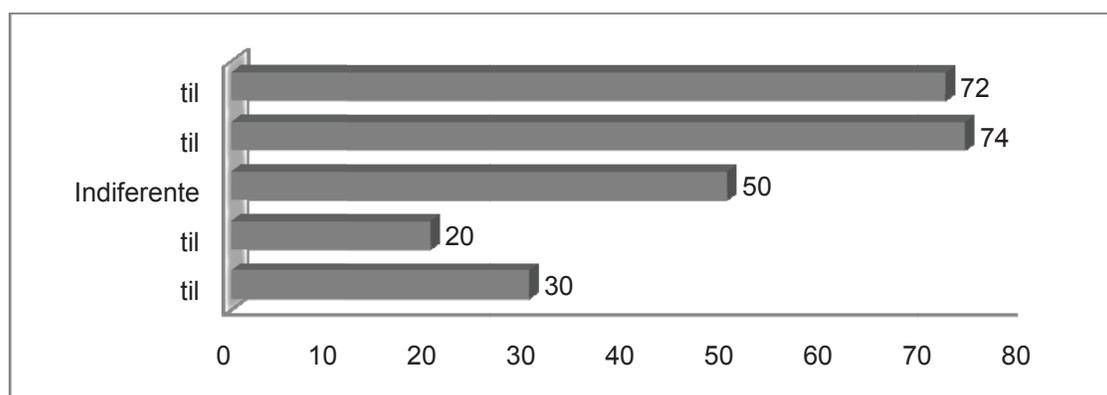
Información general

Los encuestados le dan menor importancia a la información general que a la proporcionada sobre la Red de Becarios.



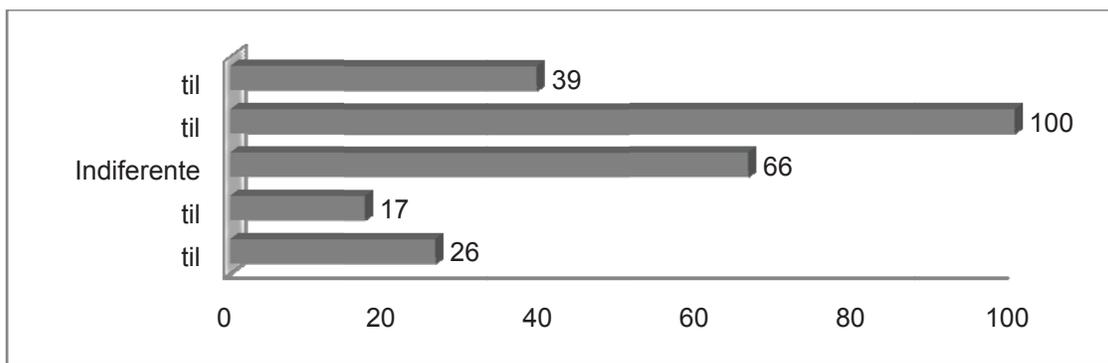
Información recibida por los analistas

La información enviada por los analistas –la cual tiene que ver con las becas en sí mismas– también es importante para los encuestados. Es importante recalcar que esta información es compartida a través del correo electrónico de cada uno de los becarios.



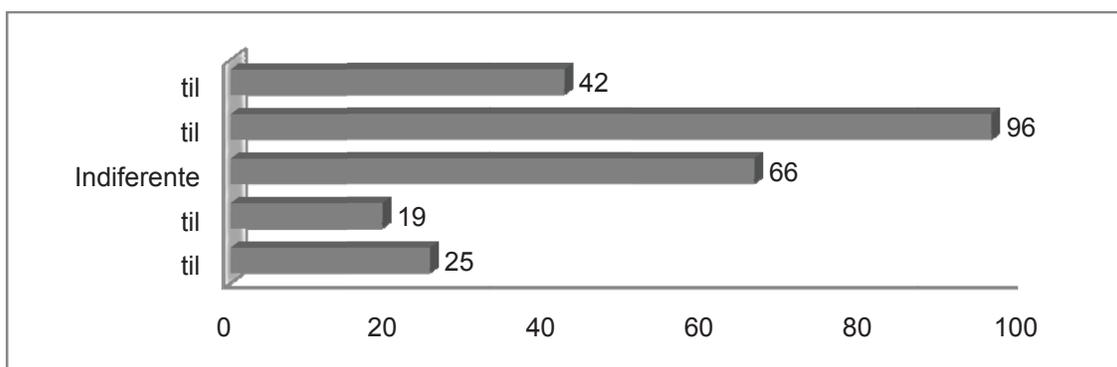
Perfil del usuario

Al contrario de otras redes sociales, los usuarios de la Red de Becarios no demuestran mayor interés en el perfil de usuarios de cada uno de los integrantes del Portal.



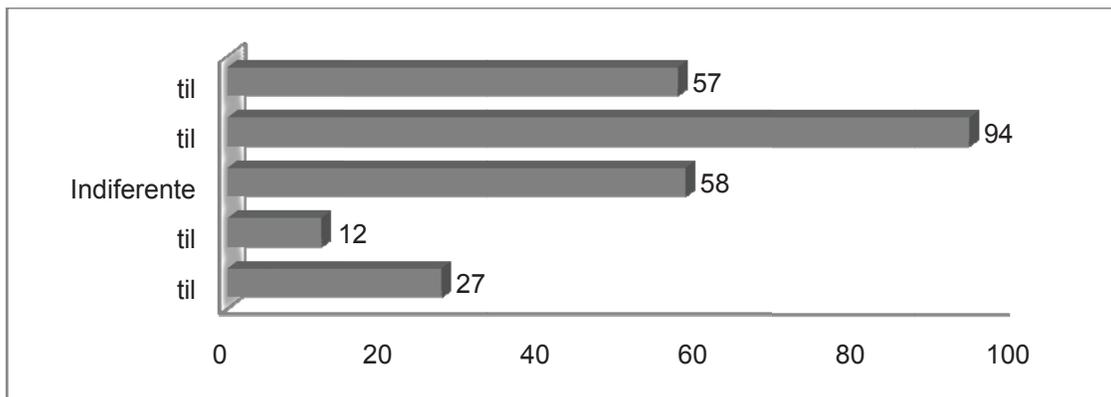
Grupos

La mayoría de los encuestados creen que los grupos formados en la Red de Becarios por los administradores de la página son útiles. Sin embargo, en los comentarios abiertos, se pueden conocer algunas sugerencias que complementan la respuesta a esta pregunta.



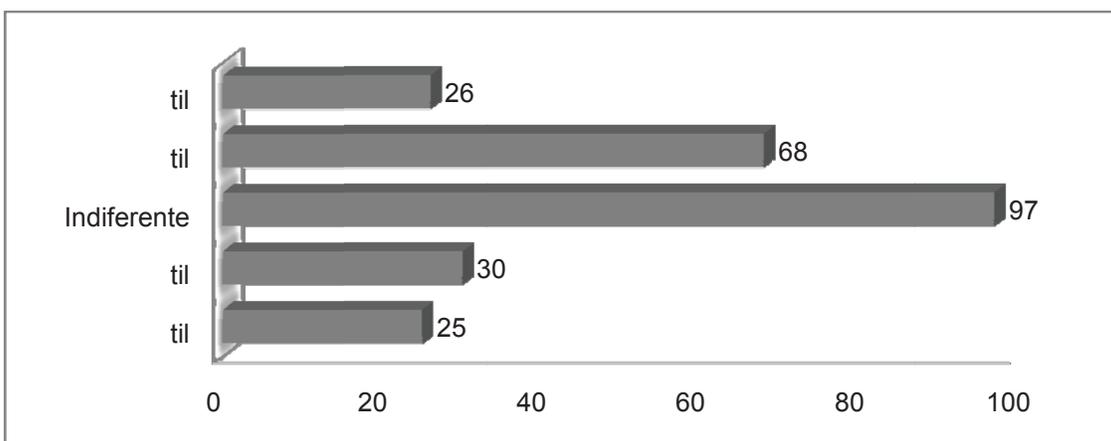
Eventos

La mayoría de becarios en la red creen que la difusión de eventos a través del portal es de utilidad, pues en ella se proporciona información general y específica del mismo.



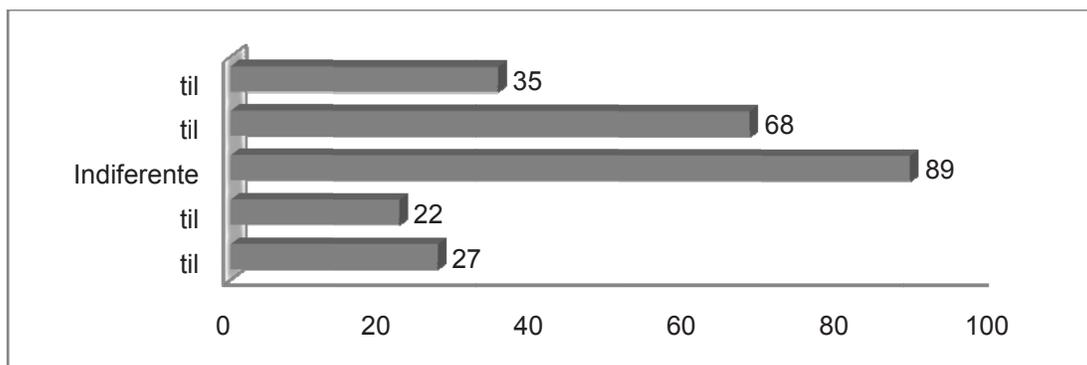
Fotos

Los usuarios le dan poca importancia a las fotos compartidas, ya sean en los perfiles o en los grupos.



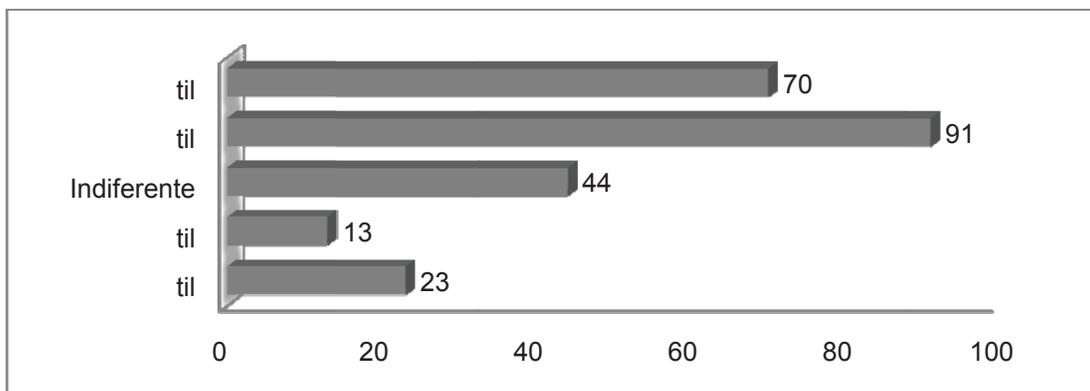
Videos

Al igual que las fotos, los videos no son de mayor interés para los becarios. Sin embargo, considero que se puede incentivar la vista de videos y fotografías en la red.



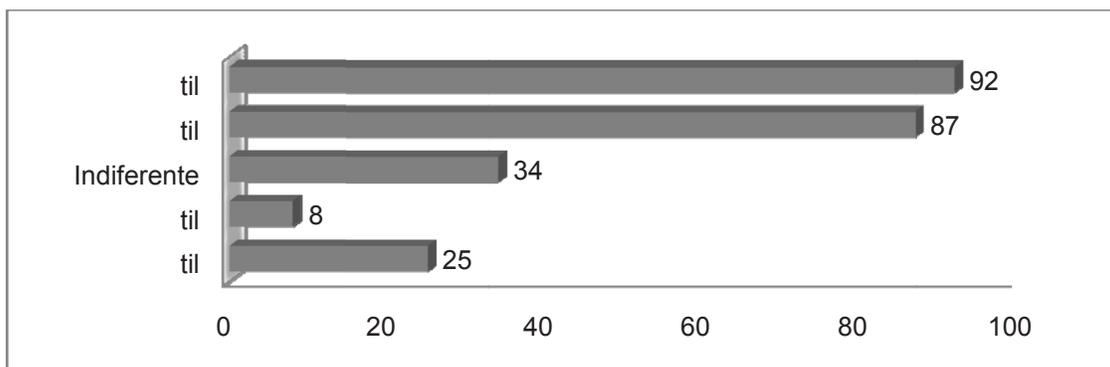
Publicaciones

La mayoría de los usuarios de la Red de Becarios tiene interés en las publicaciones que realiza la SENESCYT u otros usuarios del portal.



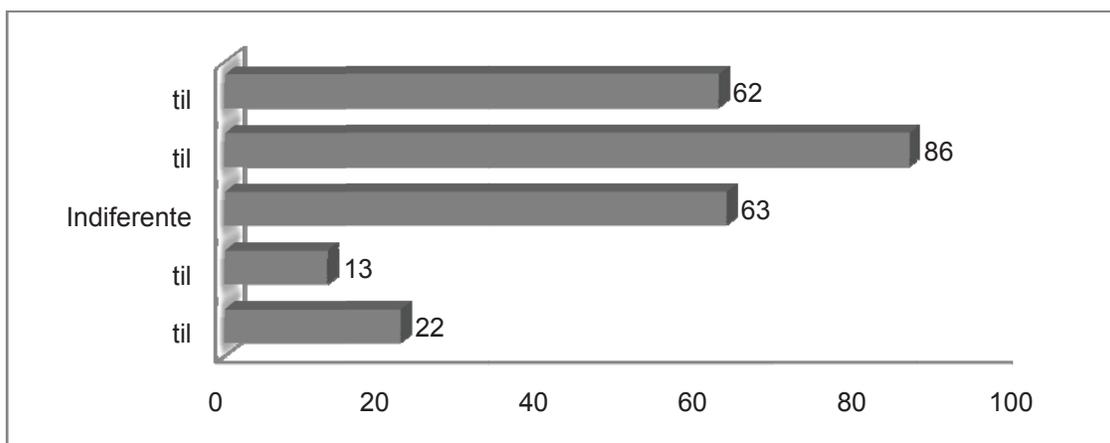
Documentos académicos

Un alto porcentaje de los usuarios de la Red tienen interés en compartir sus documentos académicos, así como en conocer documentos de otros estudiantes.



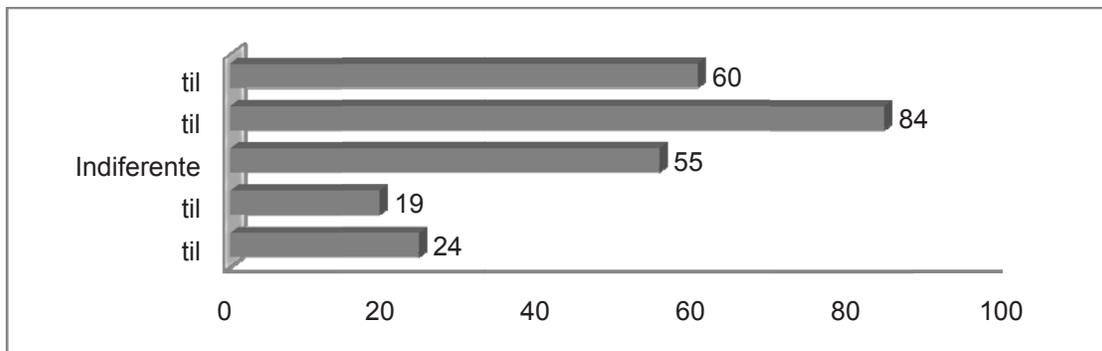
Foros

Los foros –en donde se puede opinar libremente sobre diferentes temas– también son de mucho interés para los becarios, por lo que es importante reforzar la interacción en los mismos.



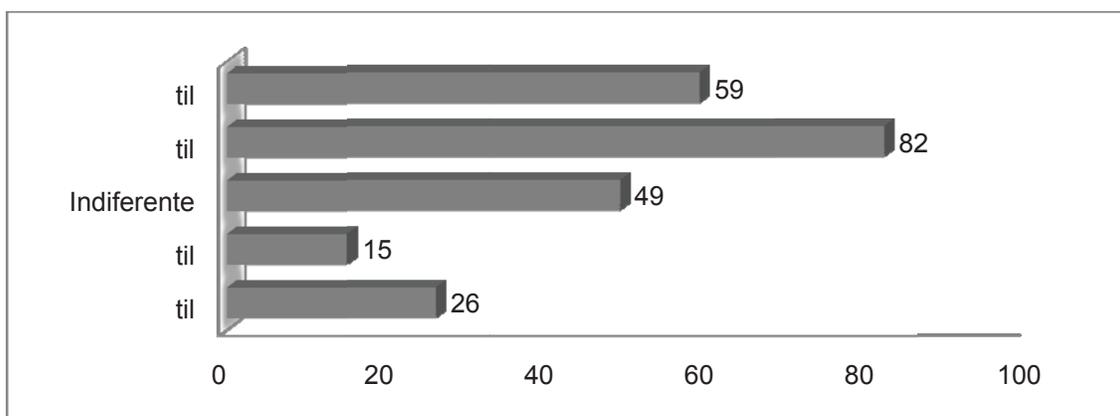
Anuncios

Varios tipos de anuncios, ya sea por parte de la SENESCYT o por parte de los becarios, son de importancia para un porcentaje alto de los encuestados.



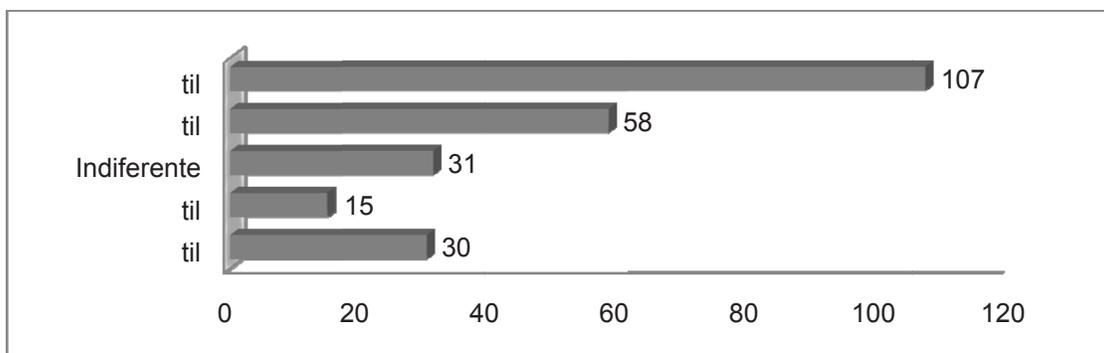
Noticias

Un considerable número de encuestados consideran las noticias como una herramienta útil de la página Red de Becarios.



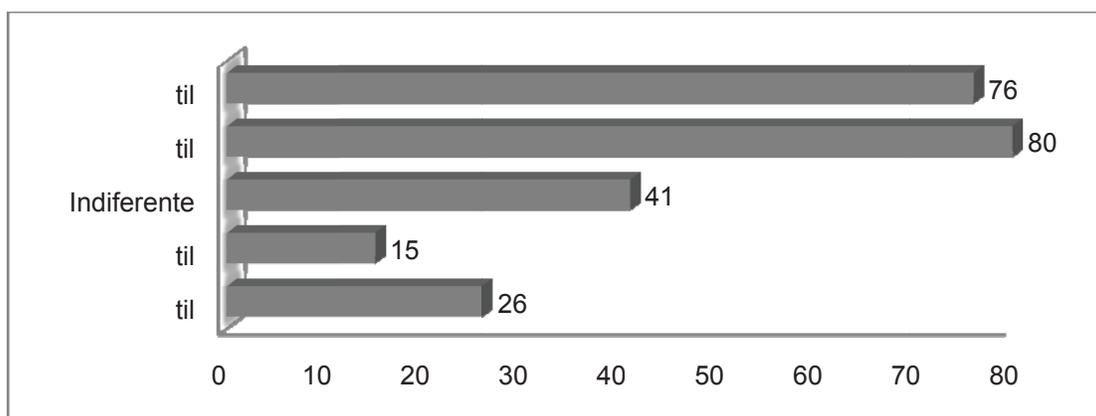
Bolsa de empleo

Un número importante de becarios cree que la sección de bolsa de empleo podría ser una herramienta muy útil para ellos y un número menor la consideran útil. Esto da una pauta de cómo se debe enfocar la comunicación sobre esta sección. Es importante mencionar que dentro del portal, la bolsa de empleo lleva el nombre de Líneas de Cooperación.



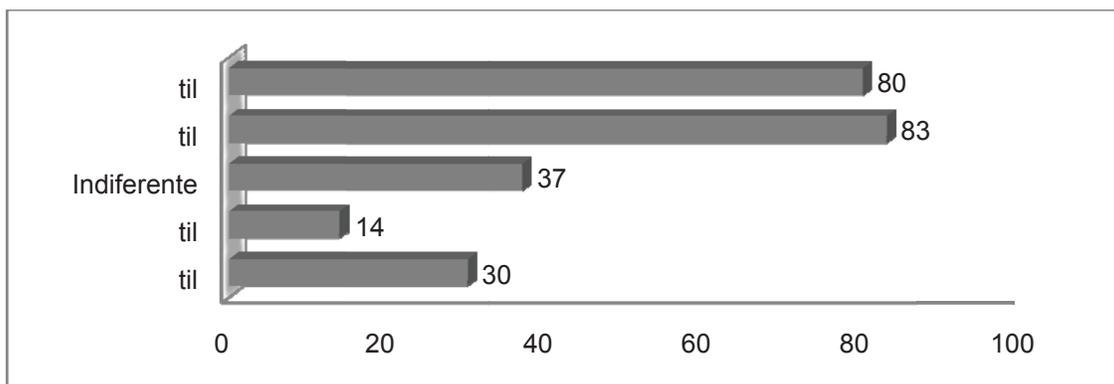
Perfiles institucionales

Para muchos becarios los perfiles institucionales son muy importantes, pues en ellos se comparte información sobre instituciones, ya sea con ofertas de cooperación bidireccional. Esta sección se complementa con la bolsa de empleo.



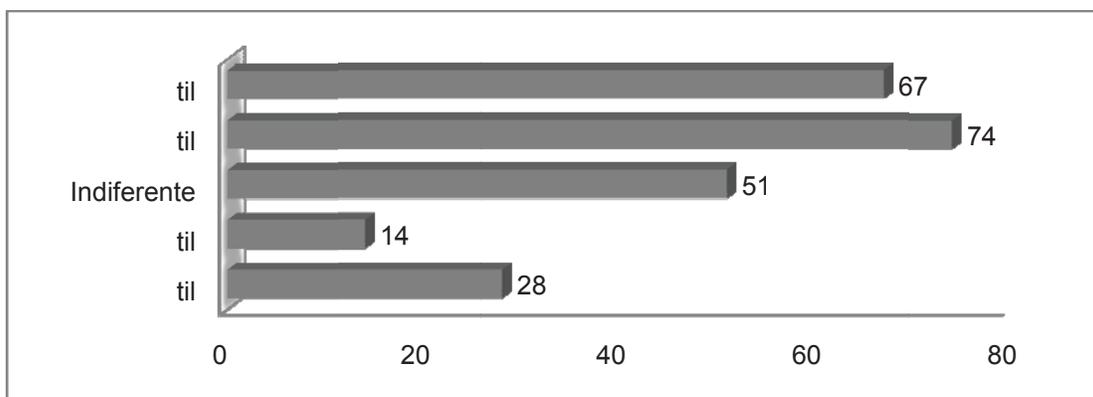
Reuniones presenciales con becarios por regiones

Un gran número de becarios considera importante las reuniones presenciales con otros becarios que se realizan periódicamente, para conocer sus opiniones sobre diferentes temas concernientes a la SENESCYT.



Reuniones virtuales con becarios

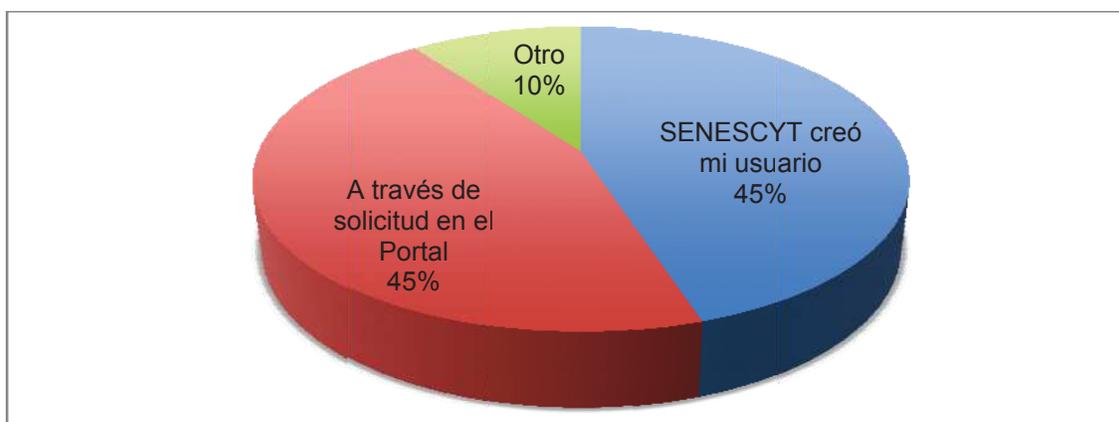
Las reuniones virtuales con becarios –a través de varias herramientas informáticas– son de gran utilidad según las respuestas obtenidas en las encuestas.



SOBRE EL PORTAL RED DE BECARIOS

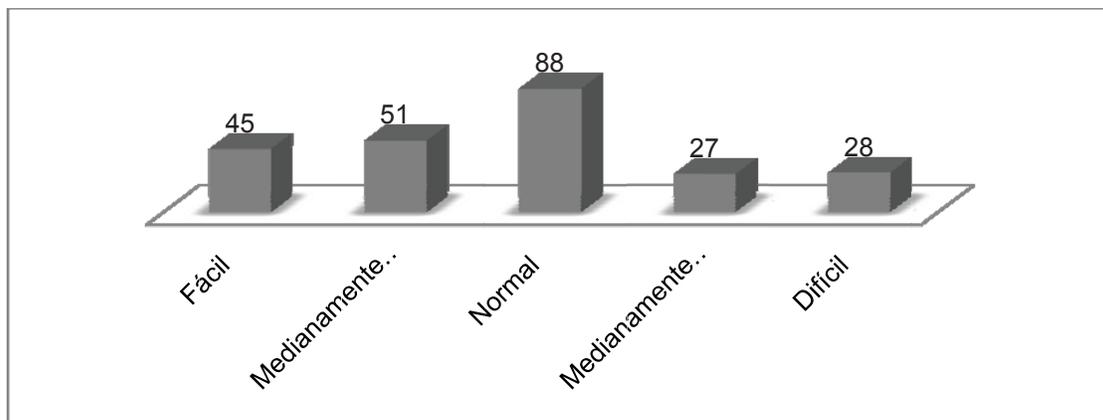
8. ¿Cómo llegó al portal Red de Becarios?

Un poco menos de la mitad de los usuarios de la Red de Becarios crearon su perfil automáticamente a través de la SENESCYT. Así también, un porcentaje similar expresa que solicitó la creación de su perfil a través del formulario en la página de inicio del portal. Esto demuestra un interés por parte de los usuarios en interactuar en la red.



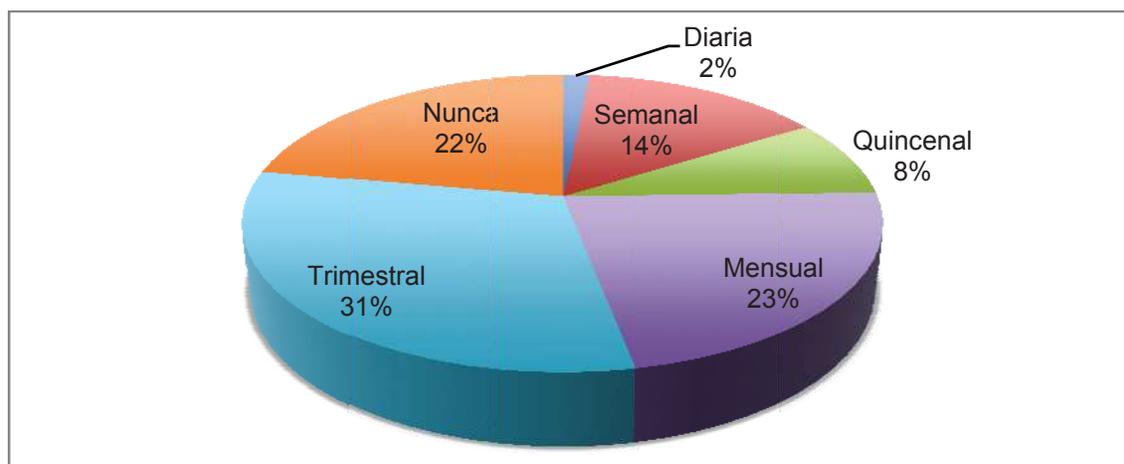
9. Según su experiencia, la navegación en el Portal le parece

Es importante mencionar que pocos usuarios consideran la navegación en el Portal difícil, lo que demuestra que la interfaz de la web es amigable con el usuario. Sin embargo, es necesario acogerse a las sugerencias generalizadas entre los usuarios.



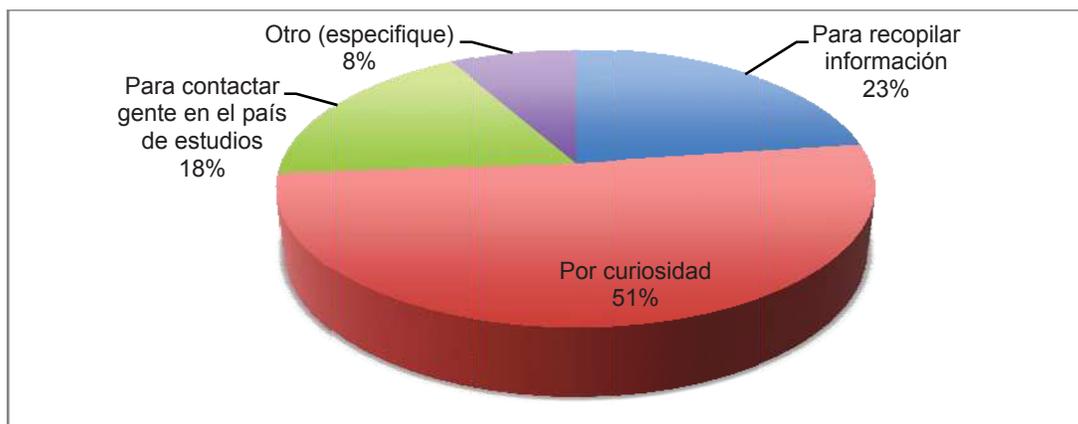
10. ¿Con qué frecuencia ingresa usted al portal Red de Becarios?

La frecuencia de ingreso de los usuarios a la página es muy baja, por lo que es importante poner énfasis en las iniciativas de adhesión, como parte de las estrategias de este trabajo.



11. ¿Por qué motivos ingresa al portal?

La mayoría de usuarios entran a la página por curiosidad, por lo que también es importante reforzar las estrategias para el reingreso de los usuarios al portal.



12. Por favor, señale el contenido que quisiera ver en el portal.

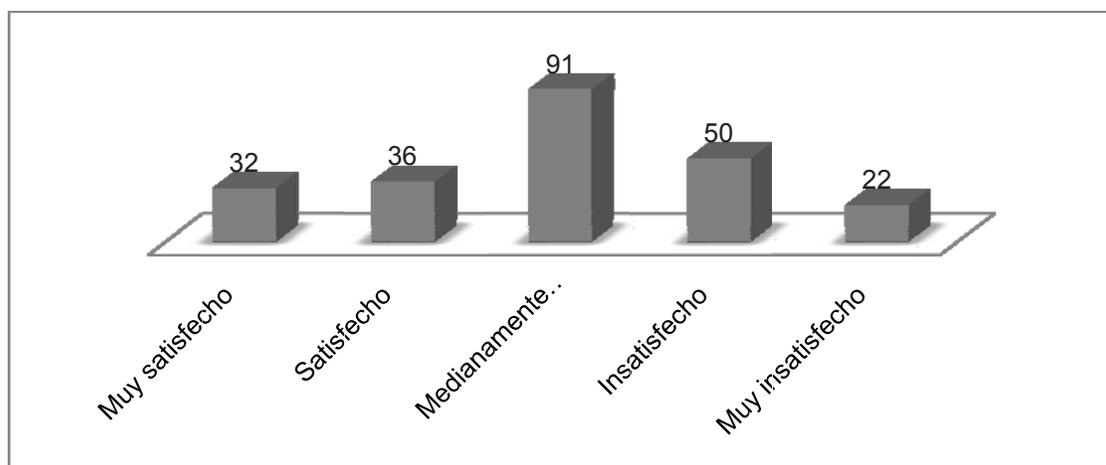
En esta pregunta se solicitó a los usuarios mencionar tres contenidos que quisieran ver en la página, entre los que se destacan o se generalizan son:

- Oportunidades de colaboración entre los usuarios de la red.
- Generar proyectos académicos que se compartan entre los usuarios.
- Reforzar las líneas de cooperación, a fin de que se publiquen ofertas laborales o posibilidades de investigación de las empresas con perfiles institucionales.
- Contactar con personas pertenecientes al Proyecto Prometeo, a fin de conocer las áreas de investigación de los mismos.
- Publicar los logros académicos y científicos de los becarios y ex becarios.
- Mejorar el chat entre usuarios y con personal de la SENESCYT.
- Que los ex becarios y los becarios en período de compensación compartan sus experiencias.

- Realizar y publicar entrevistas de científicos ecuatorianos destacados, y compartir sus trabajos de investigación. Así también, crear perfiles de los científicos para fomentar la interacción entre todos los usuarios.
- Crear un espacio que permita cargar documentos de la beca y que estos lleguen a los analistas.
- Mejorar la aplicación de búsqueda.
- Todas las publicaciones podrían ser reunidas en una revista digital con secciones fijas, en colaboración con los becarios y el personal de la SENESCYT.
- Mejorar la sección de eventos y publicar más información sobre talleres, conferencias, etc.
- Información de actualidad sobre la situación de Ecuador, así como de los países con más afluencia de becarios.
- Mejorar la aplicación de grupos.

13. En términos generales, muestre su grado de satisfacción con el portal Red de Becarios

Ya que un porcentaje considerable está insatisfecho con el portal, es importante mejorar las aplicaciones de la red y fomentar la interacción de la misma, a través de diferentes estrategias propuestas en el siguiente capítulo de este trabajo.



14. ¿Qué podemos hacer para mejorar el Programa Red de Becarios?

Los comentarios recogidos en esta sección son muy importantes para mejorar la Red de Becarios. Entre los de mayor utilidad se pueden destacar los siguientes:

- Estimular el uso y la participación en los foros.
- Incrementar la información compartida por parte de la SENESCYT.
- La existencia de grupos duplicados en la sección con el mismo nombre da la sensación de desorganización en los usuarios.
- Ya que no hay interacción en el portal se refleja un abandono por parte de la institución.
- Incrementar la información sobre la Red de Becarios, pues es escasa y se desconoce sobre el programa y el portal.
- Mejorar la comunicación con los analistas.
- Incrementar las reuniones presenciales con becarios.
- Mostrar noticias sobre Ecuador y de actualidad mundial.
- Mejorar el manejo de perfiles de usuarios, en especial cuando un estudiante solicita la adhesión.

3.6 Resumen de respuestas

PREGUNTA	IDEAS FUERTES	ESTRATEGIAS
1	70% de los encuestados son becarios de la SENESCYT.	Difusión de información directa a la base de datos de la SENESCYT. Difusión a través del portal Red de Becarios.
2	El principal canal de comunicación es el correo electrónico, usado por más del 90% de los encuestados.	Reforzar las campañas de comunicación a través de correo electrónico. Hacer correos más llamativos, con diseños atractivos y contenidos interesantes.
3	El 64% conoce sobre el Programa Red de Becarios.	Realizar campañas permanentes y de mediano plazo sobre el programa. Dar a conocer más detalles sobre el programa.
4	El 91% de los becarios asistirían a reuniones presenciales por regiones.	Incentivar la asistencia a las reuniones. Realizar reuniones estructuradas, con un guión que contenga temas de interés para los becarios y que sean informativos por parte de la institución. Difundir un informe de las conclusiones a las que se llegaron en las reuniones
5	El 91% de los encuestados estarían interesados en participar en el boletín de la Red de Becarios.	Organizar y planificar la estructura y los temas de los boletines para los siguientes años. Reforzar la convocatoria a los becarios para participar como articulistas del boletín. Crear un consejo editorial y un pequeño manual de estilo.
6	Al 91% le gustaría recibir el boletín de la Red de Becarios.	Agilizar la realización del boletín. Mandar el boletín en una fecha definida cada mes.
7.1 y 7.2	Aproximadamente 60% de los encuestados considera que la información de Red de Becarios y la información general son útiles.	Ampliar y esquematizar la información que se proporciona sobre la Red de Becarios.
7.3	En un porcentaje un poco menor (58.4%)	Centralizar la información en un canal de

	los encuestados consideran que la información recibida por los analistas es de utilidad.	comunicación y que los becarios se contacten con los analistas, únicamente en casos específicos. Crear una sección de consultas en línea, en caso de desembolsos o presentación de papeles. (Ej. IECE)
7.4	Un 55.6% considera útil al portal Red de Becarios.	Fomentar la participación de los integrantes de la red. Enfocar –según los intereses de los becarios, conocidos en esta encuesta– la información que se difunde en la red.
7.5	Un 54.8% consideran que los grupos del portal –formados por la SENESCYT– son útiles.	Fomentar la participación en los grupos, a través de temas de discusión que los usuarios tengan en común. Permitir que los grupos se formen libremente, según los intereses de los usuarios de la red, aunque siempre estén supervisados y administrados por el <i>web master</i> .
7.6	Un 60% considera que la sección eventos es útil.	Permitir agregar eventos a los usuarios, también supervisados por el <i>web master</i> .
7.7 y 7.8	A un 37.6% le parece útil la sección de fotografías y videos.	Incentivar la subida de fotos y videos en el portal, que puedan ser de interés general para la red de cada usuario.
7.9	El 64.4% de los encuestados consideran útil a la sección de publicaciones.	Difundir y/o promocionar las publicaciones a través del administrador.
7.10	Un 71.6% considera importantes a los documentos académicos.	Ya que para los usuarios es importante compartir sus documentos académicos con sus compatriotas, es importante que se inserte una sección en la que se puedan cargar y descargar los documentos en formato pdf, solo para lectura.
7.11	Casi un 60% considera útiles los foros.	Incentivar la participación en foros, preguntando a los usuarios sobre temas que consideren de interés y que puedan someterse a discusión.
7.12	Un 57.6% de los becarios consideran útil la sección anuncios.	Por el nombre de la sección, se deberían incluir información que calce únicamente dentro del formato de anuncios.
7.13	El 56.4% considera útil a la sección	Vincular la sección a varias páginas de

	noticias.	noticias ecuatorianas y del mundo, a través de RSS.
7.14	Un 66% considera útil a la sección de líneas de cooperación.	Incentivar a las instituciones públicas y privadas a formar parte de la Red de Becarios, a fin de promover sus líneas de cooperación, ya sean laborales o de investigación.
7.15	Un 62.4% considera útiles a los perfiles institucionales.	Crear perfiles con información de las diferentes instituciones, así como con oportunidades de líneas de cooperación.
7.16	El 65.2% considera útiles a las reuniones presenciales.	Estrechar las relaciones con instituciones que den soporte en estas reuniones, tales como embajadas o consulados. Establecer un cronograma anual para estas reuniones.
7.17	Un 56.4% considera útil a las reuniones virtuales.	Incentivar el uso de nuevas tecnologías para realizar reuniones más seguidas con los becarios.
8	Los porcentajes de cómo llegaron los usuarios al portal son iguales (45%).	Motivar a que los nuevos usuarios, es decir aquellos que solicitaron unirse, vuelvan a la página. Incentivar a que los usuarios creados por la SENESCYT regresen a la página.
9	Aproximadamente un 76% consideran la navegación normal.	Crear manuales de usuarios o tutoriales sobre el portal.
10	Menos de la mitad ingresan mensualmente al portal.	Crear entradas constantemente, de tal manera que llame la atención de los usuarios de la red. Enviar correos electrónicos constantemente, con información de interés general, a la base de datos de la red.
11	El 51% han ingresado o ingresan al portal por curiosidad.	Mantener información actualizada y postear constantemente, de tal manera que se note interacción en la página.

3.7 Conclusiones

Ya que se han conocido las respuestas de la encuesta a 374 estudiantes ecuatorianos en el exterior, es importante basar las estrategias para mejorar el Proyecto Red de Becarios en estas opiniones, pues son el principal público objetivo del mismo

La sensación general de los usuarios de la Red de Becarios –que en su mayoría son becarios de la SENESCYT– es indiferente, pues no se han involucrado en la página de la manera esperada al tiempo de su creación. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que se han recibido muchas solicitudes para adherirse al portal, lo que da una idea de que existe un creciente interés por la página.

Como recomendación especial, creo que es indispensable que la SENESCYT cuente con una persona que maneje y administre exclusivamente la página, a fin de que se incremente la interacción en la misma y no se refleje un descuido por parte de la institución. La creación de contenidos debe fomentarse a través de la SENESCYT, a través de las propuestas que se mostrarán en el siguiente capítulo de este trabajo.

CAPÍTULO IV

4.1 Propuesta estratégica de mejoramiento del Proyecto Red de Becarios de la SENESCYT

4.1.1 Antecedentes

La Secretaria Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), con el afán de mejorar la comunicación con sus becarios, decidió crear e implementar el Proyecto Red de Becarios, cuyo más importante objetivo es el de materializar un núcleo organizador del talento humano ecuatoriano en el extranjero, permitiendo así un mejor acompañamiento en las diferentes fases - antes, durante y después - de sus estudios. (SENESCYT, 2012).

Los objetivos del proyecto se pueden sintetizar en cuatro principales: la búsqueda para consolidar redes de becarios y/o investigadores en territorios extranjeros; promocionar el talento humano entre instituciones del Ecuador; incentivar la investigación académica y la creación de sinergias por este motivo; y, principalmente, mejorar la comunicación y el flujo de información entre becarios y la SENESCYT. Un objetivo secundario, pero de gran importancia para la institución, es crear una base de datos de los becarios y mantenerla actualizada, sin necesidad de preguntar directamente. Así también, es importante recalcar que, como parte de los objetivos, los públicos también pueden tener interés en contactar a instituciones nacionales, como fuente de trabajo o de investigación, según los intereses de los becarios.

Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, los principales públicos a los cuales se dirige el proyecto son estudiantes ecuatorianos en el extranjero e investigadores, quienes deseen compartir sus experiencias y conocimientos a través de este proyecto. Sin embargo, no hay que dejar de lado otros públicos,

–no menos importantes– a los cuales también se dirigen algunas de las estrategias.

Debido a la ubicación geográfica de la mayoría de becarios e investigadores, ha sido importante buscar nuevas herramientas alternativas de comunicación además del correo electrónico, motivo por el cual se creó el Portal Red de Becarios, que es una plataforma virtual que ha permitido mejorar la interacción e incrementar el flujo de comunicación, gracias a sus diferentes aplicaciones.

Es importante mencionar que para la implementación del portal web se realizó una presentación preliminar del proyecto, así como una idea inicial, que permitió plasmar el concepto en una plataforma virtual, acorde a las necesidades de la SENESCYT y los usuarios.

Por otro lado, se debe mencionar también que en las redes sociales se han formado grupos de estudiantes ecuatorianos en varios lugares del mundo como son:

- EEUUV (Estudiantes Ecuatorianos Universitarios en Valencia), que es un grupo creado por los mismos estudiantes en *Facebook*. De lo que se ha podido observar, en este grupo se comparte información de todo tipo, como consultas sobre alojamiento, sobre el modo de vida (distancias, transporte, tipos de cambio, etc.).
- Estudiantes ecuatorianos en Europa, que es un perfil de *Facebook*, en el cual se comparte información similar a la del grupo anterior.
- Asociación ecuatorianos en Cuba, que también es un perfil creado en *Facebook*, con la misma información de los anteriores.
- Universitarios ecuatorianos en Italia, también es un perfil creado en *Facebook*, que comparte información de interés para los estudiantes. De

este perfil se conoce que es manejado por el Consulado General de Ecuador en Milán.

- Red estudiantes ecuatorianos en Venezuela “Eloy Alfaro”: es un grupo bien estructurado desde el 2008, pero no se conoce de un grupo o perfil en alguna red social. La comunicación con este grupo se da a través de la SENAMI (Secretaría Nacional del Migrante).

Después del primer lanzamiento se realizaron varios cambios de imagen y estructurales en la Red, por lo que el Portal tuvo un segundo lanzamiento a mediados del 2013.

Es muy importante mencionar que la Red de Becarios actualmente es manejada por una analista de la SENESCYT, quien administra y mantiene contacto con los becarios, con el respaldo de la empresa que creó el Portal. En una entrevista, esta persona mencionó que en los últimos meses se han recibido bastantes solicitudes para unirse al portal.

4.1.2 Matriz FODA del Proyecto Red de Becarios

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Buena reputación de la Subsecretaría de Becas, por el incremento de becas entregadas y por la buena relación con los actuales becarios.</p> <p>Principal canal de comunicación oficial con los becarios, donde se puede compartir información de primer orden.</p> <p>La Red de Becarios cuenta con una plataforma virtual en la que están registrados más de 3000 becarios y ex becarios. En general, la plataforma es de fácil manejo.</p> <p>La SENESCYT es participante activa en los encuentros permanentes de estudiantes en el exterior que se realizan periódicamente.</p> <p>Convenios y buenas relaciones con instituciones interesadas en participar como parte de las líneas de cooperación propuestas en el proyecto.</p> <p>Compromiso de apoyo al proyecto por parte de las autoridades de la SENESCYT.</p> <p>Crecimiento constante de la plataforma, de manera voluntaria por parte de los usuarios.</p> <p>Se puede administrar toda la información referente a becas a través del portal web.</p> <p>El diseño del Portal Red de Becarios es llamativo y está dentro de los estándares de otros portales.</p>	<p>Apertura y entusiasmo por parte de los estudiantes a participar en el Proyecto Red de Becarios.</p> <p>Apoyo para líneas de cooperación de instituciones externas tales como Iniciativa Yasuní ITT, Instituto de la Meritocracia, IAEN (Instituto de Altos Estudios Nacionales), etc.</p> <p>La interfaz del Portal Red de Becarios es versátil y, con el apoyo técnico, se podría adaptar a nuevas tendencias.</p> <p>Según lo investigado, no hay otras instituciones en el país –y muy pocas a nivel global– que se comuniquen con su principal público objetivo a través de una red virtual, como el Portal Red de Becarios.</p> <p>La mayoría de instituciones educativas o en relación con estudiantes tienen su canal de comunicación a través de Facebook, no tienen una plataforma propia.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Aunque el Portal tiene más de 3000 usuarios, no es lo suficientemente conocida, por lo que no hay interacción e interés por la misma.</p> <p>La plataforma web no ha tenido una</p>	<p>La empresa que maneja el tema técnico del Portal web Red de Becarios, tiene retrasos en las entregas de solicitudes realizadas por la SENESCYT.</p> <p>Grupos o perfiles en <i>Facebook</i>, blogs o</p>

<p>persona estable que maneje y administre la Red de Becarios, por lo que todavía hay muchas cosas por mejorar.</p> <p>Existe una falta de apoyo interno en el tema técnico.</p> <p>No hay una buena comunicación entre la SENESCYT y los becarios, ya que la información tarda en llegar a su receptor o muchas veces no llega.</p> <p>Las aplicaciones de la web como son foros, eventos, etc., no tienen mayor movimiento.</p> <p>Hay poco conocimiento y falta de involucramiento en el Portal Red de Becarios por parte de los colaboradores de la Subsecretaría de Becas.</p> <p>El portal no tiene un manual de uso, para la administración del mismo.</p>	<p>cuentas en <i>Twitter</i> en los que los estudiantes, y muchos becarios, comparten más información.</p> <p>Información no oficial que circula entre los becarios.</p> <p>Poco involucramiento de los usuarios de la Red de Becarios, y consecuente falta de interacción.</p>
---	---

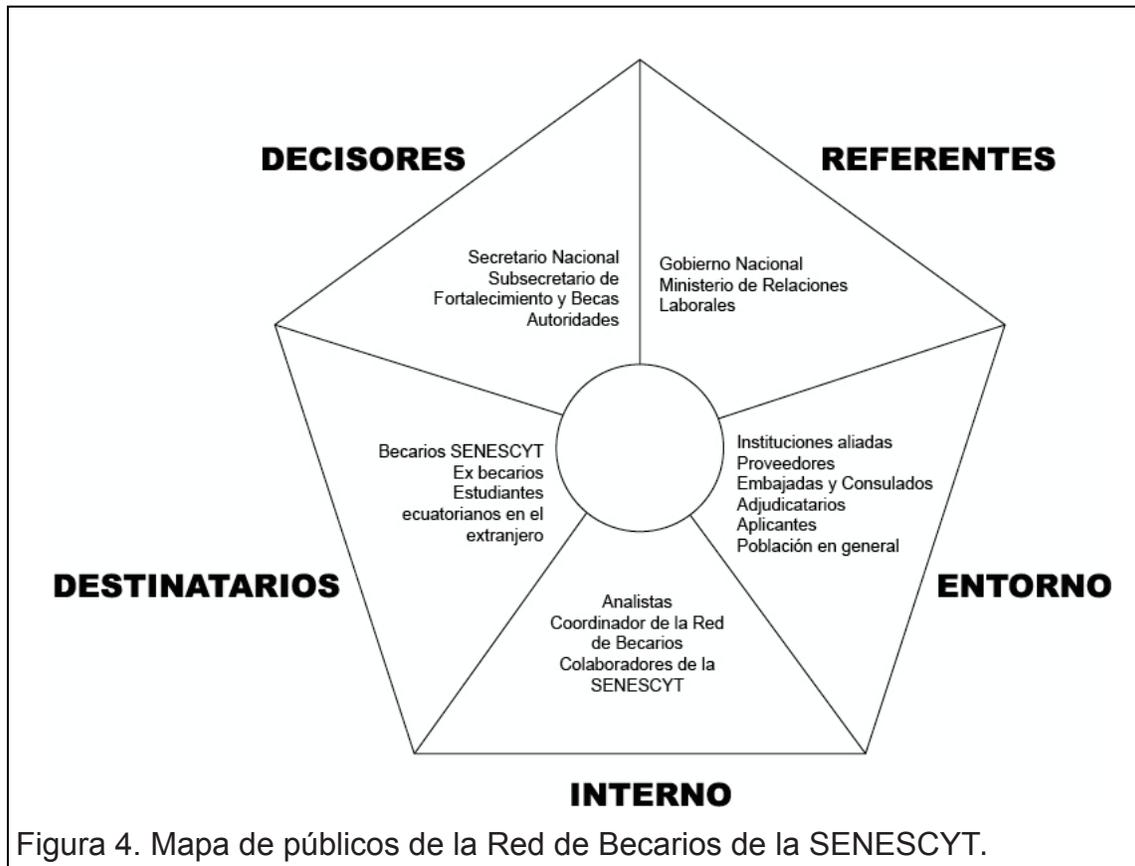
4.1.3 Objetivo de comunicación de la propuesta estratégica

Mejorar y consolidar la comunicación entre la SENESCYT y los estudiantes en el exterior –sean o no becarios de la misma– en un período de un año, en el que se consolide el portal web Red de Becarios como la principal herramienta de intercambio de información.

4.1.4 Mapa de públicos para el Proyecto Red de Becarios

Para el desarrollo de las estrategias y tácticas se considera importante definir un mapa de públicos o *stakeholders*, con el cual se puedan enfocar de manera adecuada cada una de ellas. Es importante mencionar que las estrategias serán presentadas según cada uno de los públicos, pues se considera trascendental trabajar en una estrategia integral de comunicación.

El mapa de públicos se realiza en base a la metodología presentada en la clase “La comunicación de Marketing de producto/servicio” de la Maestría DirCom de la Universidad de las Américas de Quito, tomada en junio del 2012.



CATEGORÍA	TÍTULO	DESCRIPCIÓN	PÚBLICO	APLICACIÓN
Incrementar la participación de los becarios en la Red de Becarios.	Club de Articulistas	<p>La propuesta es realizar una especie de club de periodismo con las siguientes sugerencias.</p> <p>Los primeros 5 articulistas serán contactados por la SENESCYT y se los incitará a aportar, colaborando con sus artículos académicos.</p> <p>Se invitará a todos los becarios a aportar con sus artículos y participar como informantes.</p> <p>Las noticias pueden ser de dos tipos: sobre investigaciones o material propio que los becarios deseen compartir y sobre vivencias de los estudiantes en el exterior.</p> <p>Las noticias se publicarán en el boletín mensual de la Red de Becarios y en la sección noticias del portal web.</p>	<p>Secretario Nacional</p> <p>Subsecretario de Fortalecimiento y Becas</p> <p>Autoridades</p> <p>Becarios</p> <p>Ex becarios</p> <p>Colaboradores de la SENESCYT</p> <p>Estudiantes ecuatorianos en el extranjero</p>	<p>Mensual por boletín.</p> <p>Cada vez que un artículo pa web.</p>
	Capacitación a analistas	Socialización Interna (SENESCYT) sobre el Portal Red de Becarios, de tal manera que puedan participar en el mismo, mas no para contestar preguntas referentes a becas; serían usuarios activos, pero no administradores.	Analistas	Anual
	Becarios	<i>Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo, LinkedIn, etc.</i>	Becarios el extranjero	Permae (siempre visible)
	Evaluación sobre movimientos en la plataforma virtual	<p>Constantemente, se elaborarán encuestas digitales de satisfacción a los usuarios de la Red de Becarios.</p> <p>Los resultados más relevantes de las encuestas y aquellos que puedan ser de interés general (según criterio y autorización de las autoridades) serán publicados en el Portal y se enviarán por correo electrónico.</p> <p>Como para la encuesta usada en este trabajo, se usará la herramienta de <i>Google Drive</i>.</p> <p>Los resultados obtenidos con <i>Google Analytics</i> también serán evaluados y expuestos, de ser necesario.</p>	<p>Becarios</p> <p>Ex becarios</p> <p>Colaboradores de la SENESCYT</p> <p>Estudiantes ecuatorianos en el extranjero</p>	Trimestral
	Buzón de sugerencias y comentarios	<p>Sección dentro del portal Red de Becarios en la que los usuarios podrán ingresar sus sugerencias.</p> <p>Debe tener un aviso que anuncie que algunos de los comentarios podrían ser publicados, a fin de compartirlos con otros usuarios.</p> <p>Los comentarios positivos se publicarán, a manera de promoción de la Red de Becarios, de acuerdo a las características (gráfica, lugar a publicarse, etc.) que el Coordinador realice.</p>	<p>Becarios</p> <p>Ex becarios</p> <p>Administrador de la plataforma virtual</p> <p>Secretario Nacional</p> <p>Subsecretario de Fortalecimiento y Becas</p> <p>Autoridades</p>	Cada vez que la necesidad
Socializar y		Establecer protocolos para procedimientos como:		

	Dossier Informativo	<p>Es un material que podrá ser de utilidad para cualquier público que desee información, ya sean estos becarios o adjudicatarios.</p> <p>Los puntos principales que tratará el <i>Dossier</i> son: explicación de becas, preguntas frecuentes, instrumentos financieros, código de ética, etc.</p> <p>Para la elaboración de este material se realizará un grupo focal inicial con los analistas.</p> <p>La actualización se realizará de acuerdo la información cambiante o, en su defecto, semestralmente.</p>	<p>Becarios</p> <p>Ex becarios</p> <p>Estudiantes ecuatorianos en el extranjero</p> <p>Adjudicatarios</p> <p>Aplicantes</p> <p>Población en general</p>	<p>Una sola vez</p> <p>Actualización semestral</p>
	Informativo digital	<p>Informativo bimensual de 14 páginas, publicado en la Red de Becarios y distribuido por mail –interna y externamente– y publicado en el Portal.</p> <p>Formato PDF, tamaño A4.</p> <p>Los textos serán producidos por la SENESCYT, en colaboración de becarios y ex becarios.</p> <p>Deberá tener una sección de video en la que se presenten entrevistas realizadas por el coordinador.</p>	<p>Becarios</p> <p>Ex becarios</p> <p>Colaboradores de la SENESCYT</p> <p>Estudiantes ecuatorianos en el extranjero</p>	Bimensual
	Reuniones virtuales con becarios	<p>Reuniones virtuales grupales, utilizando plataformas como <i>Webex</i>, <i>Goto Training</i> o, incluso, <i>Skype</i>.</p> <p>Esto permitirá recoger información específica sobre el punto de vista de los becarios.</p>	Becarios	Trimestral
	Reuniones presenciales con becarios	<p>Asistirán dos colaboradores de la SENESCYT, quienes recibirán sugerencias sobre los programas y contestarán inquietudes de los becarios.</p>	Becarios	Anual
	Reuniones presenciales con ex becarios	<p>Se organizará una reunión en donde los ex becarios puedan compartir sus experiencias con respecto a los programas y puedan actualizar sus datos.</p>	Ex becarios	Anual
<p>Mantener actualizados a los becarios sobre la información recibida entre los becarios.</p>	Reuniones con los analistas	<p>Reuniones periódicas de máximo una hora y media de duración, en las que se recogerá información sobre los casos más relevantes o particulares en relación a los becarios. Esto permitirá compartir experiencias que servirán de referencia para futuros casos.</p> <p>Se recibirá retroalimentación (o <i>feedback</i>) y sugerencias de los analistas sobre el proyecto Red de Becarios, los programas y los becarios.</p> <p>Se creará un reporte de cada reunión que se enviará a todos los analistas, como constancia y referencia de lo expuesto.</p> <p>Esta reunión también fomentará la integración entre los analistas.</p>	<p>Subsecretario de Fortalecimiento y Becas</p> <p>Coordinador de la Red de Becarios</p> <p>Autoridades</p> <p>Analistas</p>	Trimestral
<p>Crear un vínculo entre los becarios y ex becarios con</p>	Acuerdos con	<p>Acuerdo a través de reuniones presenciales y envío de oficios vía “Quipux” para la adhesión de</p>	<p>Secretario Nacional</p> <p>Subsecretario de Fortalecimiento y Becas</p>	

Creación de aplicación web para perfiles institucionales	<p>Permitirá que los becarios ingresen sus datos según ofertas laborales o acorde a los requerimientos particulares de las instituciones; los becarios serán remitidos directamente a las empresas.</p> <p>Permitirá que las instituciones con las que se tiene convenio puedan publicar oportunidades sobre líneas de cooperación.</p>	<p>Becarios</p> <p>Ex becarios</p> <p>Estudiantes ecuatorianos en el exterior</p> <p>Instituciones Aliadas</p>	Permanente
Anuncios institucionales	<p>Anuncios en los <i>banners</i> laterales y de la página de inicio de la Red de Becarios.</p> <p>Imagen con las siguientes dimensiones: <i>alto</i>: 30px; <i>ancho</i>: 206px.</p>	<p>Becarios</p> <p>Ex becarios</p> <p>Estudiantes ecuatorianos en el exterior</p> <p>Instituciones Aliadas</p>	Permanente
Feria de líneas de cooperación	<p>Feria virtual en donde se invite a participar a los becarios y ex becarios y, que de esta manera, puedan ingresar a los perfiles de cada una de las instituciones con las que existen convenios y conocer las oportunidades laborales.</p> <p>Las instituciones podrán tomar en cuenta y priorizar los perfiles de los becarios de la SENESCYT.</p> <p>Se realizará la feria a través de la plataforma virtual Red de Becarios.</p> <p>La feria será promocionada en la página web de la SENESCYT, del Ministerio de Relaciones Laborales, en redes sociales, a través de correo electrónico y en el portal Red de Becarios.</p> <p>Paralelamente, se realizará una feria presencial de trabajos, donde las empresas expondrán sus perfiles y áreas de trabajo.</p> <p>Feria en coordinación con el Ministerio de Relaciones Laborales.</p>	<p>Becarios</p> <p>Ex becarios</p> <p>Estudiantes ecuatorianos en el exterior</p> <p>Instituciones Aliadas</p> <p>Ministerio de Relaciones Laborales</p>	Anual
Casos de éxito	<p>Se entrevistarán a los casos de éxito o se solicitará un testimonial, lo cual servirá para promocionar esta sección del proyecto.</p> <p>Mensualmente se deberá escoger un caso de éxito, que será publicado en el boletín de la Red de Becarios y en la plataforma virtual.</p>	<p>Secretario</p> <p>Subsecretario de Fortalecimiento y Becas</p> <p>Instituciones aliadas</p> <p>Coordinador de la Red de Becarios</p> <p>Ex becarios</p> <p>Estudiantes ecuatorianos en el exterior</p> <p>Instituciones Aliadas</p> <p>Ministerio de Relaciones Laborales</p>	Mensual

Los valores presentados para las acciones a tomar no está incluido el valor de la realización de la plataforma virtual, licitaciones o el aplicativo para instituciones, ya que la SENESCYT adquirió previamente esta herramienta con las licitaciones mencionadas, las cuales se propone aprovechar al máximo.

ACTIVIDADES Y/O ACCIONES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
DE ARTICULISTAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CITACIÓN A ANALISTAS	5200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ACCIONES A REDES SOCIALES DESDE LA PLATAFORMA VIRTUAL RED DE BECARIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SEMINARIOS DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE MOVIMIENTOS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
REUNIONES DE SUGERENCIAS Y COMENTARIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PROCOLO DE LA RED DE BECARIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PROGRAMA DE LÍDERES POR INSTITUCIONES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SEMINARIO DE ANÁLISIS DE UN CASO DE ÉXITO DOSSIER INFORMATIVO	0	4500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SEMINARIO DE ANÁLISIS DE UN CASO DE ÉXITO INFORMATIVO DIGITAL	4500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SEMINARIOS VIRTUALES CON BECARIOS (Licencia Goto Training)	279	0	0	279	0	0	279	0	0	279	0	0
SEMINARIOS PRESENCIALES CON BECARIOS	0	0	0	0	0	0	0	10000	0	0	0	0
SEMINARIOS PRESENCIALES CON EX BECARIOS	0	0	0	0	0	2500	0	0	0	0	0	0
SEMINARIOS CON LOS ANALISTAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
REUNIONES DE CONTACTOS CON INSTITUCIONES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SEMINARIOS DE SENSIBILIZACIÓN DE PERFILES INSTITUCIONALES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SEMINARIOS DE SENSIBILIZACIÓN DE APLICACIÓN WEB PARA PERFILES INSTITUCIONALES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SEMINARIOS INSTITUCIONALES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
REUNIONES DE CONTACTOS DE LÍNEAS DE COOPERACIÓN	0	0	10000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SEMINARIOS DE SENSIBILIZACIÓN DE CASOS DE ÉXITO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	9979	4500	10000	279	0	2500	279	10000	0	279	0	0

4.1.8 Conclusiones y recomendaciones

En resumen, la propuesta es realizar una reformulación del programa Red de Becarios, promoviendo el uso de la plataforma virtual con el fin de convertirla en la principal herramienta de comunicación entre la SENESCYT y los becarios, así como en un canal de intercambio de información oficial. Para esto, es importante dar a conocer y promocionar la plataforma virtual y proveer de información a los usuarios, a través de varias estrategias presentadas en el mismo portal, o como complemento para el mismo.

Algunas de las tácticas propuestas buscan involucrar a los usuarios en el portal Red de Becarios –en especial a los becarios–, a través de la investigación y del intercambio de información. Esto ocasionará que la interacción y el tráfico en la Red aumenten paulatinamente, por lo que es muy importante la participación activa del administrador.

Así también, esta propuesta persigue la investigación de sus públicos, a través del portal Red de Becarios –gracias al continuo monitoreo que se propone realizar–, las reuniones con becarios y analistas y las reuniones con autoridades. Todas estas herramientas permitirán una retroalimentación permanente, lo que conseguirá que el proyecto avance de forma continua.

Recomiendo que exista una persona responsable de administrar la Red de Becarios, así como de incorporar y crear estrategias enfocadas a los públicos objetivos. Dentro de este ámbito, otra sugerencia es que exista un contacto con los diferentes públicos, pues la retroalimentación es de gran importancia para sacar adelante el proyecto y trabajar en base a la sugerencias de los distintos públicos.

Por último, en lo referente a las líneas de cooperación, es trascendental la buena gestión con otras instituciones; invitarlas a participar activamente en el

proyecto, permitirá que los becarios puedan acudir a estas instituciones en búsqueda de trabajo.

Las estrategias y acciones presentadas tienen un plazo de aplicación de un año, el que puede ser modificado según la necesidad. Una evaluación después de aplicadas las tácticas es indispensable, pues esto ayudará a establecer nuevas estrategias, acorde a las variaciones que haya tenido el proyecto.

REFERENCIAS

- Barquero Cabrero, José Daniel (2005). Comunicación estratégica. Relaciones públicas, publicidad y marketing. Madrid: Mc. Graw – Hill.
- Buenaventura, M. (2011). Texto Módulo Comunicación Institucional y Liderazgo de la Maestría DirCom UDLA. Recuperado el 10 de mayo de 2013.
- Burgos, E., Cerezo, J., Cortés, M., De la Cruz, X., Garolera, E., Gil, J.M., Godoy, J., Guardiola, J., Jimenez, R., Martínez-Priego, Ch., Monge, S., Pérez, J., Pino, I., Polo, J., Revuelta, J., Sanagustín, E., Sánchez, J. Tejedor, R.,(2009). Del1.0 al 2.0: Claves para entender el nuevo marketing. España: Bubok Publishing.
- Capriotti, P. (2009). Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Chile: Andros Impresores.
- Celaya, J. (2011). La empresa en la Web2.0. Editorial Gestión.
- Cobo, C., Pardo Kuklinski, H. (2007). Planeta Web 2.0. Inteligencia Colectiva O Medios Fastfood. México: E-Book: Flacso
- Costa, J. (2009). DirCom Hoy: Dirección y Gestión de la Comunicación en la Nueva Economía.
- Fernández Calvo, R. () ATI (Asociación Técnica de Informática) Glosario. Anetcom
- Fuentes, S. Texto Modulo La comunicación de Marketing de producto / servicio e Internet de la Maestría DirCom UDLA. Recuperado el 25 de mayo de 2013.
- Hare, Be. (2000).Sea asertivo: la manera positiva de comunicarse con eficacia. Barcelona: Gestión.
- Igarza, R. (2008) Nuevos Medios. Estrategias de convergencia. 1ra. Edición, Buenos Aires.
- Interactive Advertising Bureau. El Libro Blanco de Laboratorio la Comunicación en medios Sociales. Madrid.
- Lozada, J. Texto Módulo Cultura organizacional y comunicación interna de la Maestría DirCom UDLA. Recuperado el 10 de mayo de 2013.

Sanz, A. Diccionario Básico de Social Media. Recuperado el 17 de enero de 2013 de <http://com.unicacion.com/asanz/diccionario-basico-de-social-media/>.

Zamorano Valenzuela, C. 2012. "Nuevas Métricas en Social Media: Midiendo el Impacto de las Marcas en Entornos Digitales", (<http://www.socialmediablog.cl/2012/06/e-book-nuevas-metricas-en-social-media.html#.UMyV-YUj-jd>).

La revista de la mercadotecnia digital (www.vuelodigital.com) para consultas sobre medios sociales en internet.