



FACULTAD DE POSGRADOS

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN DEL SISTEMA
DE EDUCACIÓN A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
EQUINOCCIAL – CAMPUS QUITO CON EL FIN DE FORTALECER LOS
VÍNCULOS CON SUS PÚBLICOS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Magister en Dirección de Comunicación
Empresarial e Institucional

Profesor Guía
Mg. María Belén Monteverde

Autora
Cecilia Céspedes Pardo

Año
2015

DECLARACIÓN DEL TUTOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo de titulación de Máster a través de reuniones periódicas con el 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 de la facultad de Posgrados en la Universidad de las Américas.”

Mgs. María Belén Monteverde

CC. 1707654354

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL 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 vigente, en la facultad de Posgrados en la Universidad de las Américas.”

Mgs. Cecilia Céspedes Pardo

CC: 1703579696

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la MSc. María Belén Monteverde por su apoyo y amistad para la realización de esta tesis. De igual forma a la Universidad Tecnológica Equinoccial por ser mi segundo hogar y apoyarme en todo los proyectos que he emprendido durante todo el tiempo que he sido parte de esta gran familia.

DEDICATORIA

Con todo mi amor, le dedico a mi compañero de vida, quien supo apoyarme en todo momento, Gracias Piki.

A mi Diani que ha sido, en esta maestría mi compañera, mi amiga y mi apoyo.

RESUMEN

El Sistema de educación a distancia (SED) de la Universidad Tecnológica Equinoccial, nació de la necesidad de brindar un servicio educativo de tercer nivel, con la misma calidad que se lo brinda en modalidad presencial a las personas; que por diferentes motivos, no pueden asistir en un horario regular. A partir de 2012 la Asamblea Nacional del Ecuador aprueba la Ley de Educación Superior, la misma que contiene artículos que derogan las ventajas competitivas que posee el Sistema.

Partiendo de este acontecimiento, la Universidad Tecnológica Equinoccial con la premisa de cumplir con los nuevos reglamentos que impone el Consejo de Educación Superior, realizó cambios en la estructura de la Universidad. Una de las decisiones que se tomó para el SED fue cerrar las carreras que ofertaban el título de tecnología; entre ellas, la Tecnología en Petróleos. Esta carrera, por su modalidad y precio, era la que mayor ingreso monetario remitía al SED. Esta decisión dejó al SED con carreras que existen en otras universidades.

Ante los cambios realizados, el Sistema de educación a distancia ha sufrido un deterioro en la relación con sus diferentes públicos; siendo más evidente, con el interno. Esto se ve reflejado en esta siguiente investigación, que ha determinado bajos niveles de pertenencia tanto de estudiantes como el personal académico y administrativo.

A partir de los resultados obtenidos y luego de un análisis previo, se diseña un plan de comunicación estratégica, que busca fortalecer los vínculos entre los públicos internos y el SED. Con esto, se propone una optimización y fortalecimiento de las relaciones internas por medio de estrategias comunicacionales y motivacionales que generen pertenencia en estudiantes, administrativos, tutores y coordinadores. Esto promoverá una imagen positiva, no solo dentro de la Institución sino con los agentes externos.

ABSTRACT

System of Distance Education (SED) of Universidad Tecnológica Equinoccial, was born of the need to provide an education to tertiary level, with the same quality as it provides people in attendance modality; who for various reasons, they can't attend on a regular schedule. From 2012 the National Assembly of Ecuador approved the Higher Education Act (LOES), it contains articles that repealing the competitive advantages of the system.

From this event, Universidad Tecnológica Equinoccial, on the premise of meeting the new regulations imposed by the Council on Higher Education made changes in the structure of the University. One decision that was taken to the SED was close careers who offered the title of technologist; including the Petroleum Technology. This career, by its form and price, which was higher monetary income referred to the SED. This decision left the SED with careers that exist in other universities.

Before the changes, the Distance Education System has suffered deterioration in the relationship with its various audiences; it's more evident with the procedure. This is reflected; in low levels of belonging both students and academic staff.

From the results obtained and after an analysis of such a strategic communications plan that seeks to strengthen the links between internal public and the SED is designed. With this, optimization and strengthening internal relationships through communication and motivational strategies that generate belonged to students, administrators, tutors and coordinators proposed. This will promote a positive image, not only within the institution also with external agents.

ÍNDICE

CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Formulación del problema	1
1.2. Justificación.....	5
1.3. Objetivos	6
1.3.1. Objetivo general	6
1.3.2. Objetivos específicos	6
1.4. Alcance.....	6
CAPÍTULO II	7
EDUCACIÓN A DISTANCIA EN LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL	7
2.1. Historia de la educación a distancia.....	7
2.2. Concepto educación a distancia	10
2.2.1. Diferencias entre modalidad de estudio a distancia y presencial ...	11
2.2.2. Principios de la educación a distancia.....	14
2.2.3. Características de la modalidad a distancia	15
2.2.4. Objetivos de la educación a distancia	17
2.2.5. Elementos de la educación a distancia	18
2.3. Universidad Tecnológica Equinoccial	21
2.3.1. Filosofía corporativa	23
2.3.2. Identidad gráfica.....	24
2.4. Sistema de educación a distancia de la UTE.....	24
2.4.1. Funciones del sistema de educación a distancia de la UTE	26
2.4.2. Características del servicio	27
2.4.3. Estructura administrativa del sistema de educación a distancia de la UTE	27
2.4.4. Estructura administrativa.....	28

2.4.5. Públicos internos del SED.....	29
2.4.6. Comunicación en el sistema de educación a distancia de la UTE ..	30
CAPÍTULO III.....	31
COMUNICACIÓN.....	31
3.1. Concepto.....	31
3.1.1 Procesos de comunicación.....	33
3.1.2. Barreras comunicacionales.....	34
3.1.3. Comunicación 360°.....	36
3.1.4. Identidad corporativa.....	40
3.1.5. Cultura corporativa.....	42
3.1.6. Imagen Corporativa.....	43
3.2. Planificación estratégica.....	49
3.2.1. Planificación estratégica de comunicación.....	50
CAPÍTULO IV.....	52
INVESTIGACIÓN.....	52
4.1. Metodología.....	52
4.1.1. Propósito de la investigación.....	52
4.1.2. Tipo de estudio y alcance.....	52
4.1.3. Métodos de estudio.....	53
4.1.4. Técnicas e instrumentos.....	53
4.1.5. Determinación de la población y selección de la muestra.....	55
4.1.6. Muestra población estudiantes.....	56
4.2. Resultados de la investigación.....	58
4.3. Análisis de la investigación.....	60
4.4. Conclusiones y recomendaciones.....	61
4.4.1. Conclusiones.....	61
4.4.2. Recomendaciones.....	63
CAPÍTULO V.....	64
PROPUESTA.....	64

5.1. Análisis FODA	64
5.2. Objetivos	66
5.2.1. Objetivo general	66
5.2.2. Objetivos específicos	66
5.3. Matriz estratégica.....	67
5.4. Matriz de acciones.....	68
5.5. Cronograma	73
5.6. Matriz de evaluación	75
5.7. Presupuesto	78
5.8. Matriz resumen.....	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	80
6.1. Conclusiones.....	80
6.2. Recomendaciones.....	81
REFERENCIAS	83
ANEXOS	86

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El Sistema de Educación a Distancia de la Universidad Tecnológica Equinoccial funciona desde 2001 y su propósito es cumplir con el principio de la educación para todos y a largo plazo. La modalidad de educación a distancia ha dejado de ser una moda, para convertirse en un sistema consolidado. En este sentido la perspectiva educativa es, tener siempre calidad académica, no habrá necesidad de hacerlo de otra modalidad.

En la actualidad se ha encontrado que el Sistema de Educación a Distancia (SED) tiene una oferta académica de cuatro carreras, ubicadas en 14 oficinas de gestión en las diferentes provincias del país. La herramienta principal de comunicación del SED es su plataforma virtual.

En los últimos años se ha visto un alto nivel de deserción de los estudiantes y bajo nivel de pertenencia de los docentes y personal administrativo, debido a los cambios que se han suscitado en el sistema, provocando inestabilidad, cierre de carreras y eliminación de beneficios para el estudiante.

Con estos antecedentes se puede observar que el Sistema de Educación a Distancia carece de un objetivo claro, de un plan de comunicación, ha provocado una proyección desarticulada hacia la comunidad.

1.1. Formulación del problema

La calidad de la educación de una nación se ve reflejada en la grandeza de su gente. En el Ecuador, el gobierno actual ha buscado formas de garantizar los derechos de educación establecidos en la Constitución de 2008. Por ello el artículo 27 de la misma establece que la educación se centrará en el ser

humano y garantizará su desarrollo holístico en el marco de los derechos humanos, el medio ambiente sustentable y la democracia (LOES, 2010, p.4).

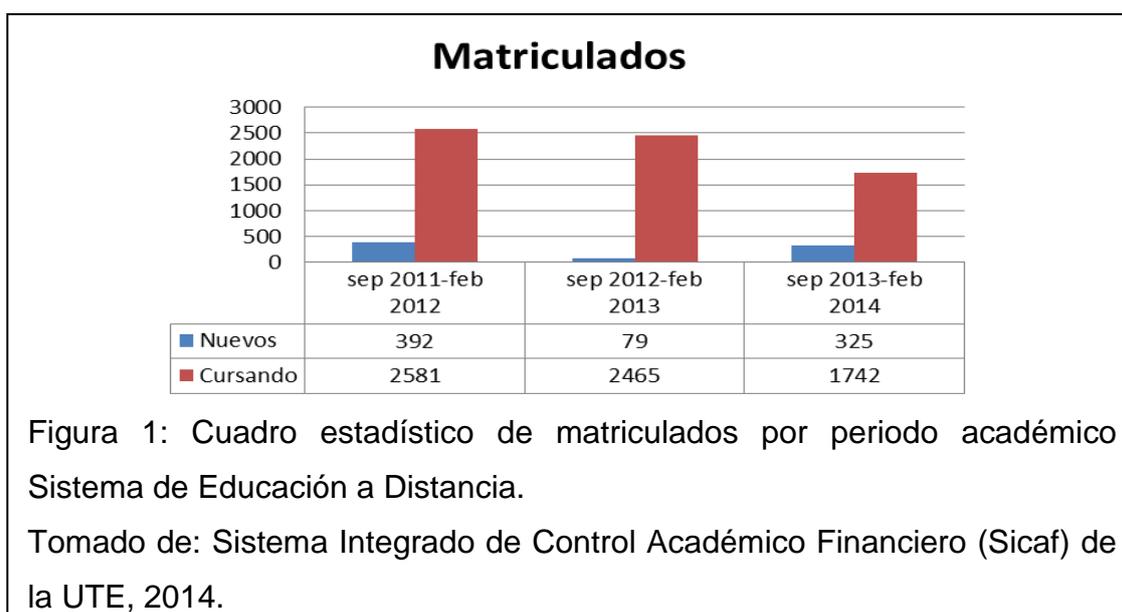
Dentro del Plan del Buen Vivir 2013-2017, como cuarto objetivo se ha planteado fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía (Resumen Buen Vivir- Plan Nacional, 2013, p.29). Partiendo de estas premisas, la Universidad Tecnológica Equinoccial, busca apoyar el desarrollo del país con una oferta académica de pregrado modalidad a distancia, que cumpla con los parámetros establecidos en la Constitución y en la Ley Orgánica de Educación Superior.

La Universidad Tecnológica Equinoccial presta sus servicios a la comunidad ecuatoriana desde hace 43 años, primero en calidad de Instituto y, posteriormente como Universidad. Ante las demandas sociales de proporcionar servicios educativos al público adulto del Ecuador, la UTE crea el Sistema de Educación a Distancia el 19 de junio de 2001 con la resolución del CONESUP en la cual autoriza la creación de la Escuela de Contabilidad y Auditoría (Universidad Tecnológica Equinoccial, 2013, p 55).

Posteriormente se crea el proyecto para el Programa de Ingeniería en Administración de Empresas de Servicios y Recursos Humanos, la cual inició su oferta académica a partir del 25 de julio de 2001; el 3 de abril de 2002 se aprueba el proyecto sobre Tecnología en Petróleos y se abre al público en marzo del 2003 (esta carrera dejó de ofertarse en la Universidad, en respuesta al mandato de la LOES, que prohibía a las Universidades la oferta de carreras tecnológicas). Cabe señalar que el 2003 fue un año positivo para el Sistema de Educación a Distancia, ya que en el transcurso del mismo se crean cuatro programas: Tecnología en Petróleos, Licenciatura Educación Especial, Licenciatura Educación Inicial e Ingeniería en Empresas Turísticas y Preservación Ambiental (Trueba, 2013, p. 55).

Por otra parte, las modalidades de educación a distancia, semipresencial y virtual que imparte la Universidad, tienen la misma calidad académica que la modalidad presencial, ya que los estudiantes deben cumplir con los mismos requerimientos que se exige en la modalidad tradicional para alcanzar el título profesional.

Debido a los cambios que se han dado en los últimos años en materia jurídica sobre Educación Superior como por ejemplo, las pruebas de admisión que se implementaron en esta modalidad, la eliminación de carreras tecnológicas, la falta de planificación en la gestión de la comunicación; con ello, imposibilitando el ingreso de estudiantes, por lo cual de un número de (8000) alumnos inscritos, se redujo a un aproximado de 2000, lo que evidencia la necesidad de identificar posibles falencias e implementar un sistema de comunicación eficiente.



Es necesario señalar que en el caso de las modalidades alternativas, el personal administrativo cumple una función importante, pues es el nexo entre el público, los docentes y el coordinador de la carrera, por tanto, debe estar capacitado en materia de comunicación y relaciones públicas.

La Universidad Tecnológica Equinoccial cuenta con una plataforma de teleinformación con aplicación a educación, además ha logrado informatizar tanto los trámites administrativos, como la gestión académica. Esta fortaleza de la Universidad ha permitido a los estudiantes tener múltiples ventajas sobre el resto de universidades, ya que aplica métodos y técnicas de aprendizaje idóneos, flexibles y eficientes, donde cada educando es el artífice principal de su propia formación, mediante el autoaprendizaje, de esta manera, es capaz de “aprender haciendo” “hacer investigando” e “investigar creando” con el fin de mejorar su entorno social (Rubio, 2006, p.142).

El Sistema de Educación a Distancia cuenta con una Campus Matriz ubicado en Quito, dos extensiones en Santo Domingo de los Tsáchilas, Santa Elena y 14 oficinas de gestión a nivel nacional (Cuenca, Loja, Ambato, Tulcán, Guayaquil, Ibarra, Manta, Riobamba, Azogues, Bahía de Caráquez, Chone, Machala, Nueva Loja y Puyo). Es decir, cuenta con cobertura a nivel nacional en costa, sierra y oriente (Guía centros de apoyo, s.f.).

Además, se ofertan las carreras de:

- Ingeniería en administración de empresas de servicios y recursos humanos.
- Ingeniería en administración de empresas turísticas y conservación ambiental.
- Licenciatura en educación inicial.
- Ingeniería en contabilidad y auditoría, CPA.
- Ciencias de la educación, mención:
 1. Lenguaje y comunicación.
 2. Administración educativa.
 3. Educación básica.
 4. Ciencias sociales.
 5. Ecología y medio ambiente.
 6. Ciencias naturales.
 7. Matemáticas. (Modalidad a Distancia, s.f.)

Cabe señalar que la Universidad no cuenta con políticas comunicacionales definidas y dificulta la planificación en materia de comunicación en toda la institución y obstaculiza que la planificación institucional sea armónica y responda a los estándares de calidad en materia de comunicación y de acreditación; considerando los parámetros establecidos por los organismos rectores de la Educación Superior en el país.

1.2. Justificación

Es necesario Formular un plan estratégico de comunicación que responda a las necesidades de la Universidad y de la sociedad ecuatoriana, a partir de formular políticas de comunicación de propia de la UTE que vayan de acuerdo con la LOES y la Ley de Comunicación.

Adicionalmente, el sistema de comunicación responderá a la demanda de información y comunicación que requiere el Sistema de Educación a Distancia para el óptimo desarrollo de su gestión, aprovechando toda la infraestructura tecnológica y de comunicación que cuenta la Universidad en su Campus Virtual. Este proyecto pretende resolver un problema que presenta múltiples aristas: la carencia de políticas de comunicación, falta de un diagnóstico comunicacional, hasta el nivel de deserción de sus estudiantes.

Por consiguiente, al ser la Universidad de las Américas, la primera y hasta ahora la única que oferta Dircom, las investigaciones en materia de comunicación organizacional son incipientes en el país.

Después de haber investigado dentro de los repositorios digitales de las universidades ecuatorianas que poseen oferta académica de posgrados, se ha podido constatar que no existe ningún trabajo de investigación que ha desarrollado el tema de la importancia de un diseño de un plan de comunicación en la educación a distancia en el Ecuador. Partiendo de esta premisa, se determina que el tema es pertinente e importante, tanto para el momento que vive la Educación Superior en el país, como la importancia de la gestión de un Dircom dentro de las instituciones que ofertan educación a distancia.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Diseñar un plan de comunicación para el Sistema de Educación a Distancia de la Universidad Tecnológica Equinoccial con el fin de optimizar las relaciones con sus públicos periodo 2016.

1.3.2. Objetivos específicos

Identificar el aporte de la planificación estratégica de la comunicación para la gestión del Sistema de Educación a Distancia de la UTE.

Diagnosticar la situación actual en la gestión de comunicación del Sistema de Educación a Distancia de la Universidad Tecnológica Equinoccial - Campus Quito frente a sus diferentes públicos.

Formular estrategias comunicacionales para el Sistema de Educación a Distancia - Campus Quito con el fin de fortalecer los vínculos con sus públicos.

1.4. Alcance

Con el presente trabajo se busca realizar un plan de comunicación estratégica para el SED. El mismo que ayudará a fortalecer la pertenencia en los diferentes públicos y mejorar la comunicación interna dentro de sus procesos académicos y administrativos.

CAPÍTULO II

EDUCACIÓN A DISTANCIA EN LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

2.1. Historia de la educación a distancia

En la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Naciones Unidas, S.F), el artículo 26 dice que “toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos”. Partiendo del supuesto de que la educación superior debería considerarse un derecho fundamental del individuo, más que como un privilegio limitado para unos pocos, se considera que la gran masa de población está intelectualmente preparada para la educación superior y pugna por la eliminación de los obstáculos que no sean la capacidad intelectual y el espíritu de trabajo.

Lo medios técnicos de la nueva sociedad ofrecen la posibilidad de reducir los altos costos que requiere la Educación Superior y proporciona una educación de alto rendimiento a un mayor número de ciudadanos.

La educación a distancia pretende, justamente, constituirse en la opción capaz de multiplicar y diversificar las ofertas educativas para todos los seres y grupos sociales, ayudando a realizar el ideal de la verdadera democratización de la educación. Siendo esta la respuesta a las interrogantes que se plantea en cuanto a la educación del nuevo siglo, es una modalidad que gana espacios por su versatilidad, fundamentos científicos y factibilidad de aplicación inmediata, basadas siempre en una comunicación mediatizada entre profesor y alumno (Consejo Universitario UTE Resolución 004, 2001, p. 1).

La Educación a Distancia nació de la enseñanza por correspondencia, siendo este el antecedente más antiguo que se puede encontrar de esta modalidad. Cabe resaltar que este tipo de estudio apareció sin mucho prestigio. Los inicios de esta modalidad estuvieron ligados al correo postal, el cual consistía en enviar a los estudiantes los textos y guías de estudio en papel, los mismos que se convirtieron en el único apoyo de los estudiantes, quienes asumían el control total de su educación (Barrantes E., 2000, p. 18).

La educación por correspondencia sirvió de base a varias instituciones que adoptaron este tipo de enseñanza, que ubica al alumno en primera fila y a la institución en segunda.

En la década de los setenta, el desarrollo de medios audiovisuales permitió el diseño de nuevos formatos para el estudio a distancia, como clases grabadas en cassettes de audio o cartucho de betamax. En los ochenta aparece el computador, recurso que se caracterizó por un acceso limitado, se utilizaba como material de apoyo para realizar algunas tareas. Sin duda, la herramienta que revolucionó la Educación a Distancia fue la Internet.

En los años noventa el Internet, con el apoyo de recursos multimedia, se convirtió en un apoyo de aprendizaje con fines didácticos, que ofrece una enseñanza supervisada y tutoriada al servicio de las necesidades de los alumnos.

A inicios del siglo XXI se consolida la Internet y comienza la era de la Teleformación, mediante el uso de páginas Web educativas, correo electrónico, foros de discusión y Chat. (Barrantes E., 2000, p. 19).

Con esto se inicia una revolución en la educación a distancia, permitiendo al alumno mantener un contacto con los docentes a tiempo real, promoviendo una interacción de doble vía por medio de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's).

Esta la innovación constante de la tecnología apoya al estudiante a tener mayor autonomía en sus estudios, a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje e incrementar la cobertura de la educación y su alcance.

El uso de las TIC`s actualmente favorece el desarrollo de recursos y procesos didácticos accesibles a cualquier hora y desde cualquier lugar, lo que facilita ritmos de aprendizaje flexibles y la utilización de herramientas aplicables posteriormente al ámbito profesional (Torreblanca, 2007, p. 2).

En Ecuador, la modalidad de estudios a distancia se inicia en los años 70. La Fundación Fe y Alegría es la primera institución en impartir la educación secundaria a través de las denominadas “escuelas radiofónicas”. La educación a distancia, dentro de la formación superior, inicia en el año 1976 cuando la Universidad Técnica Particular de Loja, (UTPL) crea la Modalidad Abierta, con el fin de responder a la necesidad del Magisterio Nacional que no había podido acceder a la educación universitaria y que necesitaba perfeccionamiento profesional. En un inicio, la modalidad de estudios no tuvo el éxito deseado, ya que la metodología de estudio y las necesidades propias del sistema hacían complicados los estudios y sus estudiantes desertaban de la modalidad; a esto se agrega el gran número de críticas y campañas de desprestigio que las universidades con modalidad presencial iniciaron en contra de la educación a distancia. Sin embargo, la UTPL a finales de 1977 abre 33 centros asociados en 17 provincias de las 21 que en ese entonces existía en el país, esto se realizó con el fin de facilitar el acceso al estudio.

Luego de doce años, en el año 1988 la ESPE abre sus puertas a esta propuesta innovadora en forma independiente, constituyéndose en la segunda universidad ecuatoriana en ofertar educación a distancia.

La Universidad Nacional del Chimborazo, en el año 1995, se convierte en pionera presentando en su oferta académica, un sistema de educación a

distancia semipresencial sin componentes virtuales, el mismo que por su alta demanda se mantiene hasta la actualidad (García A., 2001, p.71.).

Actualmente en el país se ha consolidado la educación a distancia, de tal forma que casi todas las universidades que brindan sus servicios en modalidad presencial, ofertan carreras en modalidad a distancia.

2.2. Concepto educación a distancia

Uno de los conceptos más generalizados sobre la educación a distancia fue determinada por Holmberg (1977, p.18).

“El término educación a distancia cubre las distintas formas de estudio de todos los niveles que no se encuentran bajo la continua e inmediata supervisión de los tutores presentes con los estudiantes en el aula, pero que, sin embargo, se beneficia de la planificación, guía y seguimiento de una organización tutorial. La educación a distancia incluye todos aquellos métodos de enseñanza en los cuales, debido a la separación existente entre profesores y alumnos, las fases interactiva y preactiva de la enseñanza se han de realizar a través de recursos impresos, mecánicos o electrónicos”.

Por otra parte, el español Jaime Sarramona (1979, p. 21), sobre la base de una concepción moderna, dice que en la enseñanza a distancia, la forma de trabajo del docente se encuentra aparte de cómo se comporta el estudiante. Dando como resultado una enseñanza que queda diferida en el tiempo, en el espacio o en ambas a la vez. Para ello se requiere que el docente lleve: una planificación previa, orientación, pero todos ellos subordinados a las posibilidades y límites intrínsecos del medio de que se valga la comunicación, sean estos textos, impresos, teléfono, ordenador, radio o televisión.

Para el Consejo de Educación Superior, en el Instructivo al reglamento de presentación y aprobación de proyectos de carreras de grado y posgrado de las Universidades y Escuelas Politécnicas (2012, p. 13) dice que modalidad a distancia es:

“enseñanza, aprendizaje y evaluación se desarrollan prioritariamente a través del trabajo autónomo del estudiante mediado por tecnologías de información y comunicación, para compensar la separación física del docente y el estudiante. La interrelación entre el estudiante y el docente es de al menos 3 horas por crédito”.

Una vez recopilados los conceptos sobre educación a distancia, se concluye que estudiar a distancia es la responsabilidad del estudio por uno mismo, sin necesidad de asistir a clases, mediante la utilización de diferentes métodos, técnicas, estrategias y medios, en una situación; por lo cual, el profesor y alumno se encuentran distantes, dando paso a una educación no personal.

2.2.1. Diferencias entre modalidad de estudio a distancia y presencial

Tabla 1: Diferencias entre educación a distancia y educación presencial.

Educación a distancia	Educación presencial
Es una forma de estudio complementaria a la era industrial y tecnológica.	Es una forma de estudio que utiliza métodos de enseñanza preindustriales. Medievales: conferencias y seminarios Humanístico: enseñanza dialogada.
Se trasmite de forma indirecta. La comunicación es multimedia, aunque su principal medio es el escrito.	Se transmite directamente entre profesores y alumnos.

Continuación de la tabla 1.

<p>La eficacia del proceso de estudio depende de la planificación y de la organización.</p>	<p>La eficacia del proceso de estudio depende de las estrategias de enseñanza (métodos y técnicas educativas)</p>
<p>Las funciones del profesor se ven afectadas por la racionalización y división del trabajo.</p>	<p>El profesor domina el proceso total de enseñanza.</p>
<p>Las funciones de planificación, transmisión, orientación y evaluación son realizadas por especialistas de cada función.</p>	<p>Las funciones de planificación, transmisión, orientación y evaluación se concentran en el profesor.</p>
<p>La planificación de cada fase del proceso, facilita su evaluación por medios científicos.</p>	<p>El profesor es libre de decidir cómo y cuánto enseñar, determinar los objetivos y métodos y cambiarlos espontáneamente.</p>
<p>La aplicación de los principios organizativos libera a profesores y alumnos de esfuerzos innecesarios.</p>	
<p>Los medios técnicos de apoyo liberan a los profesionales de la enseñanza de ciertas tareas, sobre todo en el área de información.</p>	
<p>De la organización del ciclo de producción del proceso educativo depende su eficacia: los tiempos fijados deben cumplirse (envío del material, devolución de tareas, consultas, exámenes).</p>	<p>La improvisación suple a veces a la organización.</p>
<p>Los contenidos académicos de los cursos deben estar lo más estandarizados posibles, para interesar al mayor número de</p>	<p>Los contenidos pueden no estar absolutamente estandarizados, puesto que el feed back puede realizarse con más rapidez.</p>

estudiantes.	
La subjetividad del profesor no influye excepto en comunicaciones y encuentros ocasionales, adaptándose más a las características de los estudiantes adultos.	El profesor puede permitir que su subjetividad influya en su modo de enseñar.
La motivación interna es necesaria. Los métodos de apoyo al aprendizaje deben contribuir a este aspecto.	El profesor incide directamente en la motivación creando expectativas de éxito.
La relación profesor alumno es controlada por medios técnicos: interacción a distancia.	La relación profesor-alumno es controlada por medios sociales: interacción personal.
La atención individual es posible y aun ventajosa.	La institución determina cómo, cuándo y dónde deben realizarse las actividades. Los intentos de individualización distan mucho de ser realidad
El sistema debe analizar las necesidades de sus potenciales alumnos para ofrecer los cursos que demandan.	Los estudiantes se adaptan a los cursos que ofrecen las universidades convencionales
Los estudiantes son autónomos en sus procesos de aprendizaje.	Los profesores perciben y diagnostican las dificultades del aprendizaje.
El desarrollo de la autonomía del estudiante es importante y posible dado el predominio de estudiantes adultos.	Los alumnos están sujetos a la evaluación.
La concentración de recursos y la administración centralizada la hacen más rentable.	Los costos por alumno son mayores.

Tomado de Martínez, 1988, p. 30-31

Como se puede observar, las modalidades tanto a distancia como presencial, ofrecen diversidad de oportunidades y opciones para el acceso a la educación.

El estudio a distancia es particularmente cómodo para los estudiantes adultos que no se ven influidos por las estructuras jerárquicas de las universidades. Mientras que el estudio presencial se adecúa fácilmente para los estudiantes de edades jóvenes, donde la relación alumno - docente es una interacción social diaria en las aulas. Siendo la educación a distancia una modalidad de estudio diferente, que requiere de ciertos principios básicos que ayudarán a un mejor entendimiento de la modalidad.

2.2.2. Principios de la educación a distancia

La educación a distancia se basa en los principios que orienta la educación en general (Maya, 1993, p. 24).

- **Personalización:** Desarrolla las capacidades del alumno siendo las más importantes la reflexiva, decisoria, activa y productiva.
- **Autonomía:** Permite que el estudiante sea el responsable de su formación.
- **Integralidad:** Contempla los aspectos científicos, tecnológicos, humanísticos y sociales.
- **Permanencia:** Desarrolla en sus estudiantes habilidades, destrezas y actitudes útiles para lo largo de su vida.
- **Integración:** Vincula la teoría con la práctica como elementos continuos del proceso de aprendizaje, facilitando el desarrollo de aprendizajes en situaciones reales de la vida y del trabajo.
- **Diversidad:** Respeto las características individuales de cada alumno tales como edad, nivel académico, habilidad para aprender, experiencias, etc.
- **Flexibilidad:** Se adecúa para responder a las necesidades, condiciones, aspiraciones, intereses, etc. de cada alumno.
- **Autoevaluación:** Estimula el desarrollo de la capacidad autoevaluativa de las personas.

Los principios de la educación son intrínsecos en cualquier modalidad aplicada sin embargo, las modalidades tienen sus propias características y objetivos.

2.2.3. Características de la modalidad a distancia

- Es una amplia respuesta a la necesidad y derecho de la educación permanente, pues supera las barreras del espacio y tiempo escolar.
- Es una acertada respuesta a la exigencia social de superar las barreras entre la escuela y la vida, entre la teoría y la práctica, pues no aísla al educando de su realidad laboral; por el contrario, permite la aplicación inmediata de lo aprendido.
- Es un ágil respuesta a la demanda democrática de educación, pues hace más real la igualdad de oportunidades, permite el acceso a la educación a un mayor número de personas, posibilita la toma de decisiones personales en torno al propio aprendizaje.
- Acredita la experiencia adquirida y los conocimientos previos del estudiante, mediante exámenes de ingreso, validación o convalidación.
- Permite un manejo flexible del tiempo de aprendizaje y duración, ritmo e intensidad de estudio, de acuerdo con las características de los usuarios y de los contenidos.
- El usuario, al ser responsable de su educación, debe organizar su espacio de aprendizaje, a partir de los contextos sociales o laborales que definen el mundo de sus experiencias. Este espacio se enriquece a partir de los recursos, medios y contenidos que ofrece la educación abierta y a distancia.

- La comunicación de los alumnos con el profesor, no se da de manera presencial, sino a través de diferentes medios que exigen un estudio individual y responsable, y una autoevaluación, aun cuando no descarta el estudio en pequeños grupos.
- La autoevaluación da lugar no sólo a una retroalimentación que permite el perfeccionamiento del sistema, sino también al establecimiento de una comunicación bidireccional dinámica entre el sistema y el usuario.
- La producción de materiales llega a ser masiva. Los costos del sistema decrecen significativamente en la medida en que se alimenta la cobertura y el número de usuarios.
- La educación abierta y a distancia es exigente, no solo por el apoyo logístico que requiere y por la calidad y disponibilidad de los tutores, sino por las características que los usuarios deben desarrollar como requisito para asegurar el éxito del aprendizaje. Entre otros aspectos sobresalen los siguientes:
 - El desarrollo de la lectura comprensiva.
 - El desarrollo de la capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.
 - La habilidad para adquirir, procesar, organizar y producir información en relación con los problemas identificados.
 - El desarrollo de la capacidad de análisis y criterios.
 - La participación personal, crítica y constructiva del mundo socio-cultural.
 - La comunicación y relación interpersonal con los demás. (Maya 1993, p. 26)

Se concluye que, según las características dadas, la educación a distancia es tan válida como la presencial teniendo como principal ventaja que el alumno de educación a distancia tiene la oportunidad de interactuar entre lo teórico y lo práctico.

2.2.4. Objetivos de la educación a distancia

Los objetivos de la educación a distancia según Maya (1993, p. 30) son:

- Responder a la gran demanda educativa que se presenta en cada uno de los países del mundo y a la imposibilidad de una atención presencial por carencia de recursos físicos, académicos y económicos en general.
- Abrir posibilidades educativas a miles de personas impedidas por sus ocupaciones laborales, sus recursos económicos, capacidades especiales y distancia geográfica de los centros urbanos principales o de los lugares donde se ofrecen los programas educativos en que pudieran estar interesados.
- Facilitar estrategias de educación permanente para la población adulta que quiere iniciar o continuar estudios superiores, que busquen su renovación o mejoramiento de acuerdo con las exigencias del mundo cambiante de hoy y de siempre.
- Propender por una igualdad de oportunidades para el ingreso a la educación.
- Facilitar la innovación de métodos de enseñanza mediante la utilización de estrategias múltiples, buscando que el estudiante sea el autor de su propio aprendizaje y desarrolle su capacidad de autoaprendizaje y autoevaluación. En otros términos "aprender a aprender".

El objetivo principal de la Educación a Distancia, es crear la oportunidad para todo ser humano de acceder a una educación sin restricción alguna.

Para el Dircom es importante reconocer las características y los objetivos de la modalidad para el diseño de estrategias comunicacionales efectivas.

2.2.5. Elementos de la educación a distancia

Dentro del sistema de educación a distancia los elementos esenciales de esta modalidad son los siguientes (Maya A., 1993, p. 31):

- La institución educativa: En las instituciones que poseen la oferta académica a distancia como presencial se debe tomar muy en cuenta que las dos modalidades son completamente diferentes, insistiendo en que la modalidad a distancia requiere de procesos mucho más exigentes que la presencial.
- El alumno: debe ser responsable de su autoaprendizaje, no asiste regularmente a clases, más sin embargo puede contactarse con su tutor en el momento que lo requiere a través de los medios de comunicación que la institución pone a su servicio. La automotivación es fundamental en su proceso de aprendizaje.
- El tutor: antes que un profesor debe convertirse en un facilitador, debe manejar muy bien las herramientas de comunicación con las que interactuará con el estudiante; requiere de entrenamiento especial.
- El programa: debe ser planificado de tal manera que cumpla con las expectativas del estudiante, la planificación debe ser en forma modular para que facilite el estudio de los mismos. Además debe tener un método de evaluación de conocimientos que permita demostrar los resultados de aprendizaje.

- Los materiales: deben ser elaborados con criterio metodológico y didáctico, permitiéndole al alumno una mejor autoeducación.
- La tecnología de educación a distancia: son softwares que día a día van evolucionando, con el fin de dar una herramienta rápida, fácil, accesible y atractiva al estudiante de la modalidad a distancia. Una de las herramientas tecnológicas más utilizadas en la actualidad es el aula virtual.

2.2.5.1. Aula virtual

Todo está integrado en este entorno para su comodidad y eficiencia. El aula virtual se presenta como una propuesta innovadora de educación a distancia destinada a la formación y actualización profesional. Utiliza como ambiente de aprendizaje el soporte Web, potenciando los recursos que ofrece Internet.

Estas tecnologías permiten superar las restricciones espaciotemporales, favoreciendo la adaptación de los procesos de enseñanza-aprendizaje a los ritmos, posibilidades y tiempos personales, extendiendo la formación universitaria de una manera abierta y flexible (UNL, sf.).

Con el avance de las tecnologías de la comunicación y la informática es indispensable que las universidades que ofrecen educación a distancia cuenten con un campus virtual. Con ello se considera el establecimiento de: clases online y material de estudio, textos interactivos multimedia, comunicación uno a uno, accesos a sistemas remotos, comunicación asincrónica entre grupos y evaluación online.

2.2.5.1.1. Herramientas del aula virtual

Las herramientas más destacadas en la modalidad a distancia son:

Correo electrónico: Permite introducir información gráfica y de texto, mantener diálogos, entre otras funciones.

Foros de discusión: El foro de discusión es un área web dinámica que permite que distintas personas se comuniquen. En el cual se comparten diferentes hilos de discusión (llamados también asuntos o temas).

Bitácora Digital (Blog): Esta herramienta es de mucha utilidad, ya que los alumnos lectores pueden escribir sus comentarios personales acerca de un tema específico y el autor principal o profesor puede contestarles y retroalimentar la información, convirtiéndose así en un diálogo preciso entre varias personas.

Conversación escrita (Chat): El chat es uno de los métodos de comunicación digital surgida con las nuevas tecnologías, consiste en la conversación simultánea entre dos o más personas conectadas a la red que pueden ser públicas o privadas.

Audioconferencias: Son otra forma de comunicación en directo, pero más rica en información, es la que se lleva a cabo a través de la propia voz de los interlocutores. Este tipo de comunicación, además de basarse y articularse a partir de la información formal del mensaje, se rodea de otro tipo de información no verbal de gran importancia y que da forma y enriquece cualitativamente la información que recibe el destinatario.

Videoconferencias: proporcionan un elevado grado de presencialidad que, aunque es simulada, los intervinientes pueden encontrarse a miles de kilómetros de distancia, hace posible que el mensaje no sólo contenga

información verbal y para verbal relevante, sino que este se complementa con contenidos comunicativos no verbales de gran significado contextualizante y situacional. Estaríamos ante una interacción virtual a tiempo real.

Nube educativa: “La nube” en los entornos educativos otorga flexibilidad tanto a estudiantes como a profesores, para crear, compartir, consultar o descargar materiales educativos en el momento pertinente, apoyados en un ordenador con acceso a Internet en tiempo real. Este tipo de innovaciones tecnológicas promueven una educación más competitiva y a la vanguardia, preparando a sus usuarios para el manejo de la tecnología. Asimismo, facilitan la comunicación entre estudiantes y profesores, utilizando un sistema educativo autodidacta y dinámico.

Bibliotecas digitales: Estas bibliotecas han transformado sus materiales en documentos digitales que se publican en portales digitales. Muchos medios como los periódicos y revistas están cambiando a este método digital de ofrecer su información y las bibliotecas no son la excepción. La comodidad que ofrece este mecanismo de consulta es incomparablemente más sencilla que el método tradicional de acudir a estos recintos y realizar las consultas manualmente (Centro Nacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico, s.f.).

En la actualidad, un programa de educación a distancia requiere que sus profesores y estudiantes mantengan una comunicación eficiente. Para ello, se requiere un entorno virtual óptimo a través del cual se de soporte a las herramientas ya mencionadas.

2.3. Universidad Tecnológica Equinoccial

En los años setenta en Ecuador, ya existía una clara conciencia a favor de la creación de una institución que pudiera responder a la necesidad de nuevas profesiones. El Instituto Tecnológico Equinoccial fue creado por iniciativa de un grupo de ex alumnos de la promoción 1944 del Colegio San Gabriel: Gustavo

Romero, Francisco Pinto, Arturo García, Ricardo Salazar, Rafael Lucio Paredes, Gonzalo Guayasamín, Jaime Verdesoto S.J., entre otros. El lema institucional -Nos educaron, eduquemos-, fue el mensaje que motivó al grupo a revertir, a favor de la sociedad, lo recibido a través de la educación.

El Instituto desarrolló su actividad académica, iniciándose con las carreras de Tecnología de Petróleos, Dirigentes de Empresas, Decoración y Hotelería, cuyos diseños curriculares respondían al propósito de proporcionar una carrera de corta duración que posibilite una rápida y temprana inserción de los egresados en el campo laboral. Después de quince años de labor fructífera, se logra la aprobación como Universidad Tecnológica Equinoccial por el Honorable Congreso Nacional mediante Ley No. 19 publicada en el Registro Oficial No. 377 del 18 de Febrero de 1986, con la estructura académica que mantenía el Instituto Tecnológico Equinoccial, agrupando las diversas carreras en seis Facultades: Ciencias Económicas, Ciencias de la Ingeniería, Artes y Diseño, Ciencias Administrativas Aplicadas, Ciencias Agropecuarias y Ciencias Sociales.

La Universidad como espacio de desarrollo de la sociedad, filosóficamente está abierta a todas las corrientes del pensamiento universal, su eje de acción es la potenciación integral del ser humano y su entorno, con la práctica de los principios. (Modelo Educativo 2008, UTE, p. 13).

Ante las demandas sociales de proporcionar servicios educativos al público adulto del Ecuador, la UTE crea el Sistema de Educación a Distancia el 19 de junio de 2001 mediante resolución del CONESUP por lo cual se autoriza la creación de la Escuela de Contabilidad y Auditoría (Universidad Tecnológica Equinoccial, 2013, p 55).

Posteriormente se crea el proyecto para el programa de Ingeniería en Administración de Empresas de Servicios y Recursos Humanos, el cual inició su oferta académica a partir del 25 de julio de 2001; el 3 de abril de 2002 se

aprueba el proyecto sobre Tecnología en Petróleos y se abre al público en marzo de 2003 (esta carrera dejó de ofertarse en la Universidad, en respuesta al mandato de la LOES, que prohibía a las Universidades la oferta de carreras tecnológicas). Cabe señalar, que el 2003 fue un año positivo para el Sistema de educación a distancia, ya que en el transcurso del mismo se crean cuatro programas: Tecnología en Petróleos, Licenciatura en Educación Especial, Licenciatura en Educación Inicial e Ingeniería en Empresas Turísticas y Preservación Ambiental (Trueba, 2013, p. 55).

2.3.1. Filosofía corporativa

Se debe tomar en cuenta que el Sistema de educación a distancia es una unidad de la Universidad Tecnológica Equinoccial, en la cual se ampara su filosofía corporativa.

Misión: La Universidad Tecnológica Equinoccial es una institución particular ecuatoriana, humanista, innovadora, de servicio a la sociedad y comprometida con la calidad de la educación, de la investigación científicas y del desarrollo tecnológico.

Visión: Ser una Universidad reconocida por sus altos estándares de calidad, su innovación académica y resultados científicos, destinados al desarrollo del país.

Valores Corporativos

- Espíritu crítico
- Pluralismo ideológico
- Autodisciplina
- Transparencia
- Acción afirmativa
- Excelencia
- Responsabilidad social y ambiental

2.3.2. Identidad gráfica

La identidad visual de la Universidad Tecnológica Equinoccial, parte del monumento a la Mitad de Mundo, como se puede visualizar en la ilustración 2.



Figura 2. Logotipo Universidad Tecnológica Equinoccial.

Tomado de: Manual Corporativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial,

2.4. Sistema de educación a distancia de la UTE

El sistema de educación a distancia de la UTE se inicia en el año 2001 con la carrera de Contabilidad y Auditoría, más adelante se crea la carrera de Empresas de Servicios y Recursos Humanos, posteriormente se apertura las carreras de Educación Inicial y Tecnología en Petróleos y en el año 2007 se crea la carrera de Turismo. En sus inicios el sistema de educación a distancia contaba con 300 estudiantes. En la actualidad se cuenta con 5000 estudiantes, incluidos los de la carrera de Ciencias de la Educación. El 21 de enero de 2008 el Dr. Álvaro Trueba Barahona, Rector de la Universidad Tecnológica Equinoccial, consideró que en atención a la naturaleza de la educación a distancia y con la finalidad de facilitar y apoyar el proceso de formación profesional de los estudiantes en esta modalidad de estudios, quienes residen o han debido desplazarse a otras ciudades por razones de carácter familiar o laboral, y de acuerdo a la Resolución RCP-S10.Nº.152.04, de fecha 31 de mayo de 2004, emitida por el CONESUP, resuelve aprobar 14 centros de apoyo universitario, con la finalidad de que la Universidad Tecnológica Equinoccial, atienda a la población estudiantil a nivel nacional. Aquí entre otras disposiciones se resuelve:

“Art.1. Fortalecer las oficinas existentes, en los Campus: Matriz, Santo Domingo y Salinas; así también, de la Oficina en Guayaquil, frente a la demanda académica creciente a nivel nacional.

Art.2. Disponer que se organicen Oficinas de Gestión Académica, en un inicio en las ciudades de: Manta, Riobamba, Ambato, Cuenca, Loja, Ibarra, Chone, Machala, Lago Agrio, Puyo, Bahía de Caráquez, Azogues y Tulcán.

Art. 3. Las Oficinas de Gestión Académica, serán las encargadas de promocionar la oferta académica del Sistema de Educación a Distancia y la gestión de aquellas Carreras aprobadas bajo las modalidades de estudios a distancia, en zonas geográficas asignadas.

Art. 4. Las Oficinas de Gestión Académica, contarán con un coordinador, personal administrativo; así como, el equipamiento físico y recursos tecnológicos, necesarios para su normal funcionamiento.

De la ejecución de esa Resolución se encarga a los señores: Vicerrector General Académico, Director General Administrativo Financiero, Director General de Posgrados y Director del Sistema de Educación a Distancia.”
(RCP-S10.Nº.152.04, UTE, s.f.)

La Universidad Tecnológica Equinoccial cuenta con una plataforma de tele información con aplicación a educación, además ha logrado informatizar los trámites administrativos, como la gestión académica. Esta fortaleza de la Universidad le ha permitido tener múltiples ventajas sobre el resto de universidades, ya que aplica métodos y técnicas de aprendizaje idóneos, flexibles y eficientes, donde cada educando es el artífice principal de su propia formación, mediante el autoaprendizaje, de esta manera, es capaz de “aprender haciendo” “hacer investigando” e “investigar creando” con el fin de mejorar su entorno social. (Rubio, 2006, p. 142).

El Sistema de educación a distancia cuenta actualmente con un campus matriz ubicado en Quito, dos extensiones en Santo Domingo de los Tsáchilas y Santa Elena y 14 oficinas de gestión a nivel nacional (Cuenca, Loja, Ambato, Tulcán,

Guayaquil, Ibarra, Manta, Riobamba, Azogues, Bahía de Caráquez, Chone, Machala, Nueva Loja y Puyo). Es decir, que cuenta con una cobertura a nivel nacional en costa, sierra y oriente. (Guía centros de apoyo, UTE, s.f.)

Además, bajo este sistema se ofertan las carreras de:

- Ingeniería en administración de empresas de servicios y recursos humanos.
- Ingeniería en administración de empresas turísticas y conservación ambiental.
- Licenciatura en educación inicial.
- Ingeniería en contabilidad y auditoría, CPA.
- Ciencias de la educación, mención:
 1. Lenguaje y comunicación
 2. Administración educativa
 3. Educación básica
 4. Ciencias sociales
 5. Ecología y medio ambiente
 6. Ciencias naturales
 7. Matemáticas. (Modalidad a Distancia, UTE, s.f.)

2.4.1. Funciones del sistema de educación a distancia de la UTE

- Planificar una oferta educativa que renueve y diversifique la ya existente en esta modalidad.
- Planificar y ejecutar cursos de capacitación en esta modalidad para profesores y público en general.
- Asesorar a las autoridades de la institución en la planificación y desarrollo de programas de educación a distancia.

- Resolver los asuntos de organización funcionamiento y operatividad del Sistema. (Romero M., 2001, p. 1)

2.4.2. Características del servicio

El Sistema de educación a distancia, de acuerdo al artículo 1 del Reglamento de educación a distancia (2001, p.5), es una modalidad educativa flexible que incluye la formación académica semipresencial con sus características propias, su estructura y su singular concepción, coherente con la filosofía de la Universidad, por lo que exige los mismos requisitos y otorga los mismos créditos, certificados y títulos existentes que en el sistema presencial de la institución y cuya finalidad se adapta a las necesidades, características y posibilidades de la sociedad, con un potencial de mayor cobertura geográfica y se orienta a la formación profesional y calidad académica.

2.4.3. Estructura administrativa del sistema de educación a distancia de la UTE

El sistema de educación a distancia depende del Consejo Universitario y, directamente, del Vicerrectorado General Académico y cuenta en su estructura con la Dirección del SED que es asistida por los coordinadores de carrera, quienes son los responsables de la gestión académica, en apoyo con los coordinadores de las oficinas de gestión en las diferentes provincias, por la unidad de programación, investigación y desarrollo y apoyo académico y administrativo como se puede apreciar en la ilustración 3.

2.4.4. Estructura administrativa



- Consejo universitario: Es grupo colegiado conformado por máximas autoridades académicas, administrativas, representantes de estamentos y gremiales de la UTE, responsables de las decisiones para un funcionamiento óptimo de la institución.
- Vicerrectorado general académico: Unidad directora de la gestión académica de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Dirección del sistema de educación a distancia: Es la persona responsable que la dirección del Sistema de educación a distancia, tanto en la sede matriz, como en las oficinas de gestión a nivel nacional.

- **Coordinadores de carrera:** Son las y los profesores con contrato a tiempo completo, con estudios en la rama de la carrera, encargados de coordinar las gestiones académicas y administrativas para cumplir los objetivos dispuestos por cada una de las carreras.
- **Coordinadores de oficinas de gestión académica:** Son las personas que dirigen y controlan los procesos académicos y administrativos en las diferentes oficinas de gestión ubicadas en las diferentes provincias del país
- **Unidad de programación, investigación y desarrollo:** Es la unidad encargada de garantizar la calidad académica de las carreras que oferta el SED.
- **Apoyo administrativo:** Es el área que apoya al SED en aspectos administrativos.

2.4.5. Públicos internos del SED

Los públicos que están vinculados con la gestión del SED son:

- **Estudiantes:** Jóvenes adultos matriculados en carrera de pregrado modalidad distancia de la UTE, residente de la ciudad de Quito entre 20 a 40 años, con poca disponibilidad de tiempo, con experiencia profesional en el área de estudio, de quintil nivel dos y tres.
- **Tutores:** Personas con tercer y cuarto nivel de educación en las diferentes ramas de las carreras que oferta el SED, con conocimientos de andragogía y pedagogía.
- **Coordinadores:** Profesores con contrato a tiempo completo, con tercer y cuarto nivel de educación en las diferentes ramas de las carreras que oferta el SED, con conocimientos de andragogía y pedagogía.

- Administrativos: Profesionales con contrato a tiempo completo encargados de llevar la gestión administrativa del SED.
- Autoridades: Profesores y Profesionales con cargo directivo dentro del organigrama del SED.

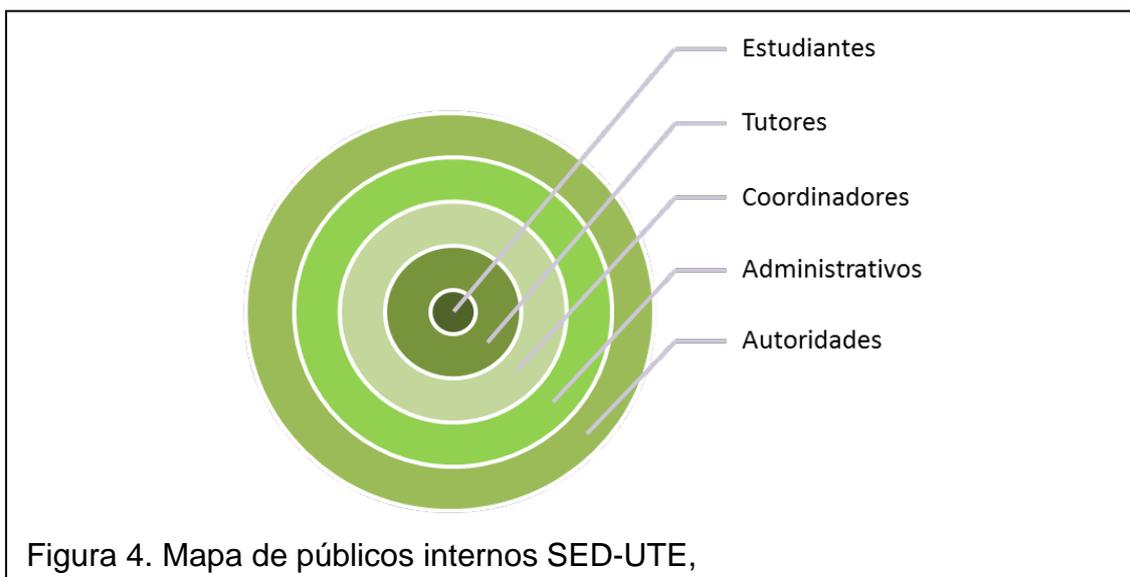


Figura 4. Mapa de públicos internos SED-UTE,

2.4.6. Comunicación en el sistema de educación a distancia de la UTE

La gestión de comunicación del SED depende de la Dirección de relaciones públicas de la Universidad Tecnológica Equinoccial. La cual, socializa en mayor cantidad, el contenido de la gestión de la modalidad presencial a comparación de la de distancia. Dejando de lado la difusión de los logros y gestión del SED.

CAPÍTULO III

COMUNICACIÓN

3.1. Concepto

La comunicación es tan antigua como la vida misma, es una de las actividades básicas de la experiencia humana. Al ser la comunicación inherente a los procesos del ser humano, es inherente también a los procesos de la organización. Según Joan Costa (1999, p. 62) “la comunicación es la acción de transferir de un individuo o un organismo, situado en una época y en un punto dado, mensajes e informaciones a otro individuo - u otro sistema – situado en otra época y en otro lugar, según motivaciones diversas utilizando los elementos de conocimiento que ambos tienen en común”.

Brandolini y González (2009, p. 10) explican, en otras palabras, que la comunicación implica un proceso de comprensión por parte del receptor, una respuesta que puede ser un cambio de actitud o un modo de pensar.

En conclusión, se puede observar que la comunicación abarca todos los procesos, analiza y crea estrategias para que los mensajes lleguen a los públicos destinatarios y sean comprendidos adecuadamente.

Comunicación vs. Información

Según Annie Bartoli (1992, p 69), la comunicación ha sufrido cambios importantes en el transcurso de las últimas décadas y con frecuencia ha sido confundida con información, de ahí que es importante diferenciarlas para establecer cuál es su rol. La comunicación y la información cumplen roles similares pero no iguales. La información se remite simplemente a la transmisión (emisión y recepción) de conocimientos estructurados, mientras que la comunicación consiste en intercambiar información con el fin de cambiar el comportamiento de los públicos y sus relaciones.

Pasquali (1976, p.54) afirma que: “se reserva el término de *información*, tanto de proceso de vehiculización unilateral del saber entre el transmisor institucionalizado y un receptor- masa, como a sus contenidos y sea cual fuere el lenguaje y el medio empleado” Informar es transmitir conocimientos de un emisor hacia un destinatario indefinido, donde el emisor define el contenido del mensaje y el canal según su conveniencia.

La comunicación a comparación de la información, es un proceso que abarca la transferencia y comprensión de significados entre un emisor y un receptor dentro de un marco de significados y significantes similares.

Para una mejor comprensión de la diferencia que existe entre la comunicación y la información Leticia Alvarado (2001) realiza un cuadro donde resalta las distinciones más importantes entre estos dos elementos.

Tabla 2: Comparación de Comunicación vs Información.

Comunicación	Información
Consiste en un fenómeno específicamente humano.	Implica diferentes relaciones sociales de comunicación.
Conlleva relaciones dialógicas.	Conlleva relaciones unilaterales: el emisor juega un papel dominante.
Se da sólo entre quienes tienen voluntad de igualarse.	Institucionaliza al emisor al normar a favor las posibilidades de emitir.
Se da solo entre iguales.	Es un decir ordenado que implica un extrañamiento (enajenación, alienación) de que se beneficia el emisor.
Implica relaciones simétricas y una paridad de condiciones entre emisor y receptor.	Implica la imposición de una determinada visión del mundo al rechazar las proposiciones críticas que afecten el contenido de los mensajes.

Tomado de: Alvarado, L. 2001, p.4

Luego de identificar las características y funciones de la comunicación y la información, se puede observar que cada una de ellas se relacionan, más su fin es distinto. Dentro de la propuesta comunicacional para el sistema de educación a distancia, es importante saber distinguir las necesidades que tienen sus públicos, para así determinar si se requiere de una estrategia de comunicación o de información.

3.1.1 Procesos de comunicación

El proceso comunicativo implica la expresión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con el fin de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, debe existir un receptor que debe decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso se revierte cuando el receptor da alguna respuesta y se convierte en emisor (con lo que el emisor original pasa a ser el receptor), a este paso se lo llama retroalimentación o feedback.

Una de las teorías más acertadas dentro de la descripción del proceso de comunicación, es el de Shannon y Weaver, quienes se basan en la teoría matemática que está representada por un esquema compuesto por cinco elementos: una fuente, un transmisor, un canal, un receptor, un destino. Dentro de este modelo se incluye al ruido, que aporta una cierta perturbación (Galeano, E. s.f.).

Los elementos del Modelo de Shannon y Weaver:

a) **La fuente:** es el elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir.

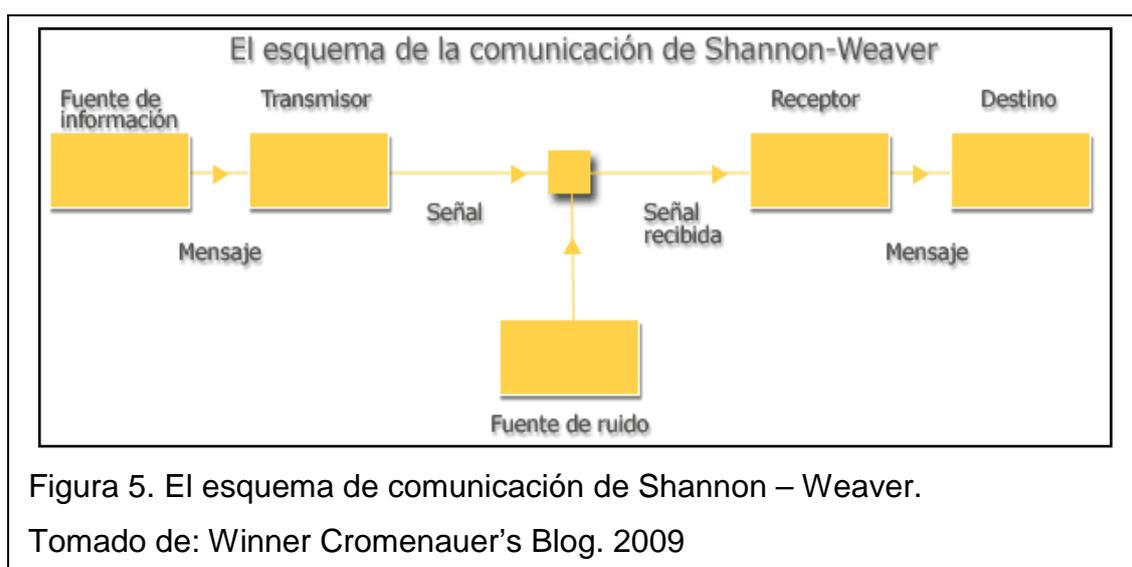
b) **El transmisor:** es el emisor técnico, es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos.

c) **El canal:** es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor.

d) **El receptor:** también aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa a la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y vehiculizarlo por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible para el destinatario.

d) **El destinatario:** constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje.

f) **El ruido:** es un alterador, que parasita en diverso grado la señal durante su transmisión: (Mora, 2013, p.1)



3.1.2. Barreras comunicacionales

Según León (2005, p. 36) en el proceso de comunicación suelen presentarse perturbaciones que interfieren y afectan total o parcialmente la realización del mismo. Otros autores llaman a este fenómeno ruido o interferencias. Se presentan debido a los problemas o deficiencias originadas en algunos de los elementos del proceso de comunicación.

Estas barreras pueden ser, semánticas así el emisor puede tener problemas para estructurar el mensaje y el receptor para entenderlo; físicas, como problemas técnicos de la comunicación, problemas ambientales, ruido, etc.

También están las barreras fisiológicas, que afectan directamente a las personas interviniendo en el proceso comunicacional, con problemas en su aspecto corporal y sensorial, como la voz.

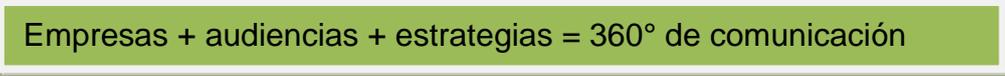
Por otro lado, las barreras psicológicas son otras perturbaciones a la comunicación, que parten de la manera de ser del humano y varían según la percepción de cada persona, encontrando a la percepción errónea y mala interpretación de los mensajes, como los problemas más comunes dentro de esta barrera.

Finalmente y similar a la anterior barrera, está la ideológica, que vincula el contexto social y la forma de pensar de cada persona. Encontrando al dialecto y formas lingüísticas de cada pueblo como los problemas más recurrentes de esta barrera (Fonseca, M., 2005, p.9-10).

El esquema de comunicación propuesto por Shannon y Weaver es un modelo completo, que describe no solamente los elementos básicos de la comunicación, sino todo el proceso que conlleva comunicar. Estas teorías de la comunicación tienen pertinencia para la realización de la propuesta para el sistema de educación a distancia, ya que se debe tomar en cuenta todas las aristas que se pueden presentar para proponer una estrategia comunicacional completa, ya que en la modalidad de estudio a distancia se presentan varias barreras comunicacionales, en las cuales hay que trabajar, como interrupciones en los mensajes y la presencia personalizada de los docentes.

3.1.3. Comunicación 360°

Comunicar en 360° es construir diálogos con los públicos internos y externos de la organización, sea esta pública, privada, política o social. El reto es comunicar a todos los públicos, tomando en cuenta, tanto los públicos más allegados a la empresa, hasta con los que se tuvo desavenencias y con los que nunca la organización ha hablado. Cada audiencia tiene un estilo de diálogo, un canal para relacionar, una mirada propia para construir conversaciones, como se lo puede observar en la ilustración 6.



Empresas + audiencias + estrategias = 360° de comunicación

Figura 6. Comunicación 360.

Tomado de: Veliz, 2011, p 128.

Cuando se habla de comunicación 360°, se integra a distintos factores comunicativos como la comunicación organizacional, la imagen corporativa, los procesos de fidelización, las soluciones digitales, las campañas publicitarias, las relaciones públicas entre otros muchos recursos, los cuales deben formar una gestión armónica, coherente e integradora.

Una eficiente y eficaz gestión de comunicación 360° se caracteriza por su permeabilidad y flexibilidad. Permeabilidad porque debe entender la realidad del entorno, tanto en el campo de los mensajes como de los soportes comunicacionales. Y flexibilidad, porque cada organización es un mundo aparte, con sus propias reglas y costumbres. (Véliz, F. 2011, p. 108).

Es decir, la comunicación 360° es una estrategia basada en un modelo dinámico y en definitiva, elaborado para su aplicación con diversos campos de la empresa (organizacional, marketing y comunicación).

Comunicación en 360° es un “estado de diálogo constante”, donde las organizaciones asumen su rol comunicador para así generar conversaciones, agendar temas y movilizar información con sus audiencias clientes –internos y externos. De esta forma, la comunicación 360° busca proyectar objetivos para posicionar, crear, convocar, descentralizar e informar desde la comunicación; y con esto difundir, interaccionar y generar transacción de mensajes con los públicos escogidos como gravitantes para el negocio - esto tanto interna como externamente.

Como se ha visto, la comunicación actualmente se aplica de acuerdo a la empresa y a sus diferentes audiencias, buscando para cada una de ellas el canal respectivo con el que se entabla el diálogo adecuado que permita mantener un vínculo con los diferentes públicos, siendo consciente de las necesidades e intereses de las dos partes (Véliz, F. s/f).

Al analizar la comunicación en la organización de manera sistémica, es decir, en donde las partes afectan el todo y viceversa; se acepta el hecho de que los miembros de la empresa influyen con su comunicación a la organización, entonces resulta arbitrario concebir que el sistema administrativo sea el único que determine el proceso comunicativo de la empresa.

La comunicación en el trabajo se debe asumir como un acto complejo, en el que las organizaciones y las personas se implican en una interacción múltiple y continua ya que las personas pasan la mayor parte del tiempo en las organizaciones; como se dice en la visión moderna, las organizaciones son personas, son grupos y son estructura (Valle, M, 2005, p 100).

Según esta visión se puede decir que las organizaciones y las personas se involucran entre sí, logrando relacionarse de tal manera que la una no puede existir sin la otra; las instituciones no podrían subsistir sin las personas y las personas requieren de ella para vivir.

Herramientas de la comunicación 360°

a) **Comunicación interna**, son el conjunto de actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros, por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación; logrando metas y objetivos establecidos por las organizaciones.

b) **Comunicación externa**, son acciones de comunicación dirigidas a los públicos del macrosistema, llamados públicos externos, con la finalidad de mantener o perfeccionar las relaciones con estos públicos y así proyectar mejor la imagen de la organización. Comprende las siguientes técnicas:

- **Relaciones públicas**, son actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los públicos relacionados con la organización.
- **Publicidad**, consiste en la emisión de mensajes a través de medios de comunicación masivos, con el objetivo de incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.
- **Publicidad institucional**, son actividades de relaciones públicas, que promueven en los públicos una imagen favorable de la organización.
(Granja, 2007, p.50)

Conocer las diferentes características de las herramientas de la comunicación 360° permitirá a la organización responder efectivamente a las necesidades comunicacionales de su público y establecer vínculos con los mismos. Por ello, es de gran importancia que el Dircom identifique los diferentes públicos de la empresa y conozca sus necesidades comunicacionales, con el fin de planificar y diseñar acciones acorde con su entorno.

Públicos

El concepto de público se puede definir como "el conjunto de miembros de un grupo social que, sin estar necesariamente unidos físicamente, reaccionan ante un estímulo común, o bien se encuentran unidos mediante vínculos mentales por un interés común definido hacia determinados temas o aspectos de la vida cotidiana" (Sánchez G., 1989, p.141).

Para gestionar la comunicación corporativa es necesario conocer a fondo la estructura de las interrelaciones de la organización con el fin de identificar cuál es el "otro", como la empresa debe construir relaciones y vínculos con sus segmentos inmediatos para llevar a cabo su plan de negocios. Es importante delimitar e identificar a los públicos que están vinculados con la empresa para así alcanzar los objetivos corporativos, trabajando con cada uno de ellos según su perfil.

Para conocer cómo se estructura el espacio de interacciones de la organización es necesario identificar los públicos y los medios que la organización emplea para construir su diálogo, para ello se realiza un mapa de públicos.



El mapa de públicos es un listado tipológico jerarquizado que comprende los actores internos, intermediarios y externos. La construcción es la agrupación por tipo de públicos. Se debe tomar en cuenta a todos los grupos de interés ya que a través del tipo de vínculo que existe se definen estrategias de interacción para que la organización logre desarrollar sus proyectos y programas corporativos (Costa, 2010, p. 108).

Una vez que se identifiquen los diferentes tipos de públicos que forman parte del sistema de educación a distancia de la UTE, y al conocer sus características y necesidades en temas de educación, el esquema servirá como guía para formular estrategias comunicacionales que ayuden a posicionar, en la mente de los públicos, la identidad de la Universidad.

3.1.4. Identidad corporativa

La identidad son las características particulares que hacen a la empresa, única, diferenciándola de las demás. Esto va relacionado con la forma de hacer y de enfrentar los diferentes problemas que se presentan a diario. La identidad se visualiza a través de la cultura organizacional, misión, visión y valores son una guía del comportamiento que caracteriza a cada empresa, dando una red de significados que cuanto más esté comprendida entre los que conforman la empresa, será más consolidada su identidad. (Brandolini, 2009. p. 16).

Si se busca un concepto más amplio de identidad corporativa, este sería: la totalidad de los modos en que la empresa se presenta a sí misma. Por lo tanto, la identidad se presenta en cuatro ámbitos:

- Quién soy,
- Qué hago,
- Cómo lo hago,
- De dónde vengo y a dónde quiero llegar.

La identidad de una organización a su vez se manifiesta en cuatro áreas visibles y perceptibles:

- Productos y servicios – lo que hace o vende
- Entorno próximo y remoto – dónde desarrolla sus actividades o ventas
- Comunicaciones – las formas en que explica lo que hace.
- Comportamiento – cómo realiza las cosas.

Entonces se puede decir que la identidad corporativa en sentido amplio está compuesta por los rasgos esenciales que hacen a cada organización diferente de los demás “ser lo que es y no otra cosa”, es su realidad, su manera de percibirse a sí misma que se ve plasmada en su comportamiento.

Los cuatro componentes de la identidad corporativa son:

Filosofía corporativa: entendida como la concepción global de la organización establecida para alcanzar las metas y objetivos de la misma. Es decir, son los ejes estratégicos que direccionarán a la organización para alcanzar la misión y visión de la organización.

La cultura corporativa: es el cómo se hace las cosas en cada organización.

El comportamiento: son sus productos, servicios, procedimientos, tanto administrativos, productivos, financieros, tecnológicos y comerciales que marcarán su comportamiento actual y futuro.

La identidad visual corporativa: es el conjunto de elementos que se traducen gráficamente. (Lennon, 2008, p. 85-86)

Según lo que se acaba de describir se puede decir que la identidad es la personalidad de la empresa que reúne varias características que la convierten en única dentro de su ámbito.

En el caso de estudio es relevante analizar la cultura corporativa como componente de la identidad de la institución, ya que al ser la educación un servicio, la experiencia que tengan los estudiantes de cómo se llevan los procesos dentro del Sistema de educación a distancia de la UTE, durante su etapa de estudio determinará la continuidad o deserción de los mismos.

3.1.5. Cultura corporativa

La cultura comprende una serie de valores, conocimientos y percepciones comunes. Se puede afirmar que los elementos que hacen posible la formación de la cultura empresarial son los héroes, los ritos, los símbolos y los valores corporativos, los cuales por su importancia se describen a continuación.

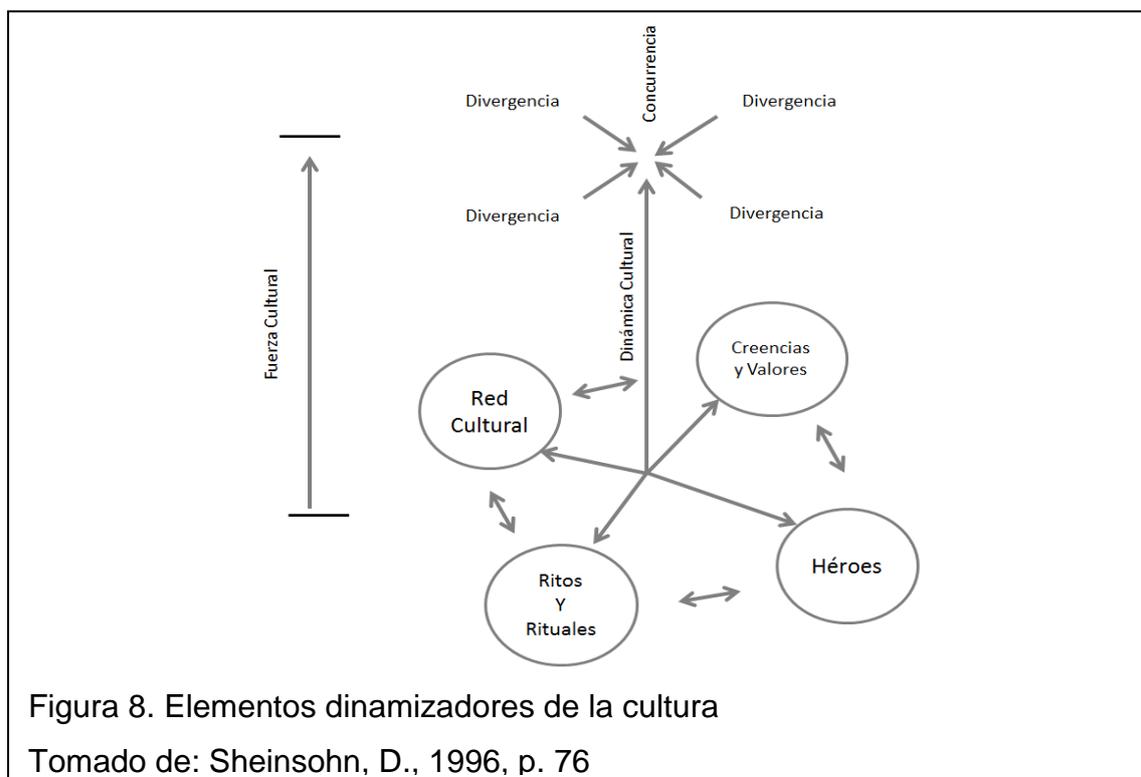
Los **valores corporativos** son las directrices que marcan el modo de comportamiento de la organización. Es el conjunto de principios que establecen qué es lo deseable, entendiendo por deseables las actitudes de los individuos de la empresa y sus actuaciones con respecto a determinadas situaciones.

Los **héroes** son los que instauran los valores de la empresa, son los que usualmente ya no trabajan en la organización, y que fueron auténticos modelos a imitar, ya sea por su comportamiento, su actitud, su integridad moral o, su forma de afrontar los problemas.

Los **ritos** son actividades colectivas imprescindibles en el seno de la organización, cada rito debe tener su razón de ser y son actos que unen a los miembros como una cena de fin de año de la empresa o las juntas de accionistas.

Los **símbolos** son palabras, gestos u objetos que tiene un significado especial dentro de la empresa y que solo lo entienden los que pertenecen a ella. Los símbolos se crean a lo largo de la vida de la organización y su origen puede estar en los héroes como elemento del sustento al rito, tiene una gran

trascendencia social dentro de la organización, como se puede observar en la ilustración 8 (Denison, 1991, p. 5).



En conclusión, la cultura organizacional es el comportamiento diario de una empresa; qué hace y cómo lo hace, que ayuda a motivar y cohesionar a todos los miembros de la empresa.

En el caso del Sistema de educación a distancia de la UTE, según la experiencia que tenga el aspirante o estudiante con la Universidad, generará una imagen sobre la institución, dándole al Sistema un significado; el cual se debe procurar sea positivo.

3.1.6. Imagen Corporativa

Imagen es el conjunto de significados por los que se llega a conocer un objeto, y a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan. Es el resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos, impresiones, que la persona tiene sobre un objeto. (Cees V., 2005, p. 77).

Lo importante de la imagen radica en la suposición de que una imagen positiva es el requisito previo básico para establecer una relación comercial, directa o indirecta con diferentes públicos.

Una imagen corporativa positiva es condición indispensable para la continuidad y el éxito estratégico de la alta dirección. Una imagen corporativa firme crea un valor emocional añadido para una empresa, y asegura que esté un paso por delante de sus competidores. Una imagen corporativa firme es competitiva, es decir, es distintiva y creíble ayudando a la empresa a atraer a la gente necesaria para su éxito.

La imagen es especialmente provechosa cuando:

- La información con la que se tienen que tomar decisiones es compleja, conflictiva y/o incompleta.
- La información es insuficiente o abarca demasiado para emitir un juicio.
- Las personas tienen un grado de participación demasiado bajo como para poder llevar a cabo un proceso de preparación extensa de la información.
- Existen ciertas condiciones en el entorno que obstruyen el proceso de toma de decisiones como la falta de tiempo.

En conclusión, la imagen es una estructura con significado jerárquico que consiste en cadenas de significativos / valor (Cees V. 2005, p. 80).

En el caso de la UTE, la gestión efectiva de la imagen corporativa es vital ya que la percepción que tengan los diferentes públicos sobre el tipo de educación que reciben los estudiantes de esta modalidad permitirá el reconocimiento y el posicionamiento de la Institución.

Funciones de la imagen corporativa:

Actualmente algunas organizaciones tienen la necesidad estratégica de construir su imagen, cabe resaltar que la misma se realiza con instrumentos específicos y con resultados a mediano y largo plazo. Por ello se menciona las funciones concretas y específicas de la imagen en el éxito de los negocios.

- Destacar la identidad diferenciadora de la empresa: La identidad corporativa es el ADN de la empresa, que la hace única, diferente e irreplicable en el entorno. Pero lo que la hace diferente, debe concretarse y materializarse para edificar su personalidad exclusiva y desarrollar su estilo único que la distinga.
- Definir el sentido de la cultura organizacional: La cultura organizacional se manifiesta en la relación con los clientes, en la conducta de los empleados, integrados, ahora en un equipo cohesionado y motivado hacia intereses comunes. La cultura corporativa se expresa hacia fuera, en la conducta y el estilo de la propia empresa, en su actividad cotidiana, en su experiencia.
- Construir la personalidad y el estilo corporativos: La personalidad corporativa se comunica por medio de la conducta organizacional y la comunicación. La identidad y cultura, ambas se manifiestan en el estilo que es el modo propio de hacer y de expresarse en la acción. La personalidad es fundamental al ser la parte emocional de la imagen corporativa.
- Reforzar el “espíritu de cuerpo” y orientar el liderazgo: El “orgullo de pertenencia” a una empresa exitosa y reputada es uno de los reflejos de su imagen en el campo social. Ello corrobora el hecho real de que “la imagen empieza por dentro”. La integración motivada y activa de los empleados en un proyecto común es un pilar privilegiado de la excelencia corporativa.

- Atraer a los mejores especialistas: La imagen de una empresa se maneja en prospectiva para que el futuro empleado perciba los valores de la empresa, que se fundamentan en su fuerza de convicción y en su consistencia.
- Relanzar la empresa: Relanzar productos y servicios que se encuentran en declive o estancados, es una de las funciones típicas de marketing y de la publicidad, relanzar la imagen de la empresa, rejuvenecerla amplificarla e implementar nuevos significados que coticen en alza, es función de la estrategia institucional y de la comunicación corporativa.
- Generar una opinión pública favorable: Los planes de comunicación incluyen estrategias que sobrepasan el nivel de consumo y las ventas para proyectarse más allá en el ámbito de la imagen institucional. Especialmente en el momento en que la empresa es vista como un actor social y la opinión pública le asigna responsabilidades al margen del negocio. La imagen de liderazgo pasa necesariamente por la empatía con la sociedad.
- Optimizar las inversiones en comunicación: Se presentan dos facetas en la optimización de la inversión de la comunicación, una económica y la otra sociológica. Una marca global, una identidad corporativa y una imagen única, concentran las inversiones en comunicación y las rentabiliza, ya que gestionar una sola imagen global es más económico y eficaz que gestionar muchas marcas diferentes que además nunca serán tan fuertes por separado.
- Acumular reputación y prestigio: La imagen de la empresa está compuesta por dos elementos, uno es la notoriedad, que es la dimensión cuantitativa y la otra es la notabilidad, que es reputación, excelencia, prestigio y es la dimensión cualitativa. Ambos componentes son un mismo elemento y dependen el uno del otro.

- Atraer clientes y fidelizarlos: La fidelidad de los clientes es más evidente cuando el cliente está satisfecho y genera una opinión pública favorable. Estos y otros valores funcionales y emocionales agregados, como la respetabilidad del prestigio establecido constituyen una imagen positiva con el fin de conquistar nuevos clientes y su fidelización (Costa, 2009, pp. 62- 68).

Al analizar las funciones concretas de la imagen, es un hecho innegable que la imagen de las empresas perdura más allá de sus productos y servicios se podría decir que el futuro éxito de una empresa está ligado a la buena imagen que presenta. Si la empresa cuenta con una buena trayectoria en cuanto a la calidad de sus productos y la satisfacción de sus clientes, apoyada con una opinión pública favorable, el conjunto de todos los factores que se ha estudiado será la garantía de éxito para nuevas actividades o emprendimientos que tenga la empresa.

“Hacer bien, haciendo lo correcto”, constituye la base de la reputación de toda empresa, que asegura sus stakeholders, que el comportamiento ético y la capacidad para lograr su objetivos de negocios, van más allá del marco declamatorio o simbólico de las meras buenas intenciones (Ritter, 2013, p. 141).

Desarrollar la reputación de la empresa como la de una persona, significa trabajar simultáneamente sobre la realidad y la percepción que se tiene de esa realidad, porque cuando lo que se percibe de nosotros es mejor de lo que indican nuestros actos, entramos en zona de riesgo reputacional y, por el contrario, cuando lo que se percibe de nosotros es peor de lo que realmente tenemos por delante, es una oportunidad para elevar el prestigio de la organización. Por eso, es que en la gestión de la reputación corporativa es tan necesario tener en cuenta dos variables: la práctica (lo que hacemos y cómo nos comportamos como organización) y lo que decimos. El punto principal es que las empresas no pueden darse el lujo de desconocer la reputación que

tiene frente a sus stakeholders. En esto, los profesionales de la comunicación corporativa son la clave y los gestores de uno de los activos más valiosos del mundo de los negocios de la actualidad.

Las empresas tienen que gestionar su reputación porque, tiene que diferenciarse en el mercado. Tiene que llegar a ocupar un espacio en la mente de sus consumidores y otros públicos claves, un espacio que sea “original y único”. Tienen que obtener su “licencia social para operar” y eso es aún más cierto en un mundo cada vez más globalizado e interconectado. Y para ello no solo tienen que hacer bien lo que es correcto, sino que necesitan encontrar los mecanismos que las conecten emocionalmente con sus públicos. No solo con razones. Tienen que ganarse la confianza y admiración de sus clientes, de sus inversionistas, de sus empleados y de la opinión pública, en pocas palabras, tienen que desarrollar una personalidad propia para poder existir.

Poner solo énfasis en los productos y servicios conlleva un riesgo grave: competir exclusivamente por precio o competir en el valor agregado y para ello es necesario saber que otras mecanismos son percibidas por los consumidores como fuentes de valor.

Tabla 3: Principales diferencias entre Imagen y Reputación.

Principales diferencias entre imagen y reputación	
Imagen	Reputación
Es controlada por la empresa.	Es controlada por los stakeholders.
Se construye.	Se gana.
Cada persona puede tener imágenes (percepciones) diferentes de la misma empresa en diferentes momentos.	Es la percepción consensuada de los públicos de interés a través del tiempo (distintos stakeholders pueden tener distintas percepciones de la misma empresa)
Es una fotografía instantánea (del momento en que se encuesta al público)	Es la secuencia y suma de muchas imágenes a través del tiempo. Es la película.

Continuación de la tabla 3.

Puede modificarse cuando y como se desee.	Reposicionarla es muy difícil.
Es de carácter coyuntural.	Es de carácter estructural.
Gira alrededor de la publicidad.	Gira alrededor de la cultura organizacional.
La publicidad puede crear una imagen sin que exista una definición clara de la reputación.	La reputación puede ser ganada sin publicidad.
Se basa fundamentalmente en lo visual e icónico, en lo que se muestra.	Se basa fundamentalmente en lo verbal y en la conducta. En lo que se dice y se hace, es decir, en la coherencia.
Genera expectativas.	Genera valor.

Tomado de: Ritter, 2013, p. 118.

Para alcanzar una reputación positiva es importante para una empresa mantener una buena conducta, eficiencia, honestidad, transparencia, credibilidad y sobre todo dar un buen ejemplo cumpliendo con lo que se dice y se hace a través del tiempo.

Por medio de una gestión estratégica planificada de comunicación, con objetivos claros, medibles y realizables, aportará a la construcción de una imagen y reputación favorable que redunde en los resultados esperados.

De allí que, es importante conocer las premisas básicas de la planificación estratégica y su influencia en la gestión del Dircom.

3.2. Planificación estratégica

Es un proceso que define las directrices por las que tiene que manejarse una institución o empresa que servirá como guía para la gestión empresarial futura, con objetivos claros, metas precisas y recursos idóneos para cumplir las metas propuestas (Universidad de Concepción, s.f.). La planificación

estratégica puede ser a corto, mediano o largo plazo, esto se determinará según las necesidades de cada área o empresa.

Existen etapas básicas que se deben cumplir para la elaboración de un plan estratégico, como son:

- Análisis de la situación interna y externa
- Diagnostico FODA (estudio de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).
- Definición de los objetivos sobre la base de resultados obtenidos en los primeros pasos.
- Definición de las áreas a intervenir y recursos que se requerirán para lograr lo dispuesto en los objetivos.
- Establecer cronograma de acción, presupuesto con el que se trabajará el plan y técnicas e instrumentos de medición y control de lo que se realiza (Aljure, 2015, p. 33).

La planificación estratégica es una herramienta vital para las diferentes organizaciones, ya que permite conocer la situación real y qué camino debe seguir para cumplir sus objetivos, logrando así los resultados deseados por la empresa.

Una vez diseñado el plan estratégico de la organización, se derivan diferentes planes del mismo, entre ellos el plan estratégico de comunicación, que da soporte con acciones establecidas que garantice el cumplimiento de los objetivos propuestos en el plan estratégico general de la empresa.

3.2.1. Planificación estratégica de comunicación

La gestión comunicacional de las organizaciones debe apoyar al cumplimiento de los objetivos empresariales. Por ello, acciones estratégicamente diseñadas y planificadas permitirán dar la pauta a la organización en su gestión de comunicación.

Cabe recalcar que es imprescindible que la planificación de la comunicación vaya de la mano con la elaboración de políticas de comunicación que reflejen la realidad de la organización y la intención de optimizarla. Esta gestión debe generar resultados evidentes y con valor útil para la institución.

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN

4.1. Metodología

4.1.1. Propósito de la investigación

El propósito de este estudio es determinar la percepción que tienen los públicos vinculados hacia el sistema de educación a distancia de la UTE. Además con el desarrollo e implementación de este estudio, el SED de la UTE podrá mejorar la comunicación y la imagen ante los mismos mediante una planificación para el periodo 2016.

4.1.2. Tipo de estudio y alcance

El alcance de este estudio se determina de la siguiente manera:

- **Investigación exploratoria:** Este tipo de investigación procura determinar el método de recopilación exacta de datos y selección de temas. La investigación exploratoria se realizará con el fin de analizar la situación actual del Sistema de educación a distancia de la UTE, identificando los problemas comunicacionales que pueden existir interna y externamente en la UTE, para poder diseñar un sistema de comunicación integrada que optimice las relaciones dentro de la misma.
- **Investigación descriptiva:** Se busca describir, de forma detallada situaciones, costumbres y actitudes que prevalecen en los diferentes públicos de la Institución, este tipo de investigación se ejecutará al momento de desarrollar algunas de las variables existentes dentro de la encuesta para determinar generalidades significativas que representen a la colectividad y sean datos relevantes para la aplicación de estrategias comunicacionales integradas.

4.1.3. Métodos de estudio

Los métodos a ser utilizados para poder estudiar a los públicos son:

- Inductivo: El Brinda la posibilidad de aplicar conocimientos generales en situaciones particulares (Pazmiño, 1997). Es así que partiendo del conocimiento del uso de la comunicación corporativa; determinado en la fundamentación teórica de la presente investigación, se identificará el tipo de cultura corporativa para así conocer la gestión estratégica que necesita el Sistema de educación a distancia.
- Deductivo: Permite elaborar conclusiones generales a partir de observaciones o premisas particulares (Pazmiño, 1997). Se partirá de la premisa general de la necesidad de analizar el estado de la cultura corporativa del Sistema de educación a distancia con el fin de obtener la premisa particular de las diferentes falencias que se encuentren y así encontrar un resultado integral que permita optimizar la comunicación.
- Síntesis: Reuniendo todas las conclusiones importantes que genera el estudio, se realizará un diagnóstico específico para un mejor entendimiento comunicacional del SED.
- Estadístico: Utilizando una estadística aplicada, se obtendrán resultados que permitan determinar conclusiones más acertadas y claras, para poder medir el grado de identificación, conocimientos y relación de los estudiantes, docentes y administrativos del SED.

4.1.4. Técnicas e instrumentos

Para la presente investigación se realizó una revisión bibliográfica para guiar este estudio. Para esto, se aplicó la técnica documental en donde es primordial obtener información de diferentes publicaciones que respaldan el objetivo de la investigación. Se utilizó tres instrumentos para recoger datos precisos y descriptivos.

Encuesta: Permitió levantar datos cuantitativos que responden a los propósitos establecidos en la presente tesis. Las encuestas fueron dirigidas a los estudiantes del SED de la ciudad de Quito, los datos se recogieron en el mes de enero de 2015 entre los estudiantes de las diferentes carreras. La temática de la encuesta se muestra en la tabla 4 (Anexo 1).

Tabla 4: Temática de la encuesta estudiantes.

Subtemas	Tipo de pregunta	Propósito
Identidad	1, 2	Determinar el grado de identificación de los estudiantes del SED con la UTE
Imagen	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Conocer la percepción real de los estudiantes frente al SED
Comunicación	10, 11, 12, 13, 14	Determinar el nivel de eficiencia de las herramientas de comunicación, su uso, frecuencia y eficacia.

Para el personal administrativo, se aplicó la encuesta mediante censo, la temática de la encuesta se refleja en la tabla 5 (Anexo 2).

Tabla 5: Temática de la encuesta administrativos

Subtemas	Tipo de pregunta	Propósito
Identidad	1, 2, 3	Determinar el grado de identificación de los administrativos del SED con la UTE
Imagen	4, 5,	Conocer la percepción real de los administrativos frente al SED
Comunicación	6, 7, 8, 9, 10, 11, 12.	Determinar el nivel de eficiencia de las herramientas de comunicación, su uso, frecuencia y eficacia.

Para los tutores, se aplicó una encuesta a una unidad de análisis, con la temática descrita en la tabla 6 (Anexo 3).

Tabla 6: Temática de la encuesta para tutores.

Subtemas	Tipo de pregunta	Propósito
Identidad	1, 2, 3	Determinar el grado de identificación de los tutores del SED con la UTE
Imagen	4, 5,	Conocer la percepción real de los tutores frente al SED
Comunicación	6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13.	Determinar el nivel de eficiencia de las herramientas de comunicación, su uso, frecuencia y eficacia.

Para los coordinadores, se aplicó una encuesta a una unidad de análisis, con la temática descrita en la tabla 7 (Anexo 4).

Tabla 7: Temática de la encuesta para coordinadores.

Subtemas	Tipo de pregunta	Propósito
Identidad	1, 2, 3	Determinar el grado de identificación de los coordinadores del SED con la UTE
Imagen	4, 5,	Conocer la percepción real de los coordinadores frente al SED
Comunicación	6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13.	Determinar el nivel de eficiencia de las herramientas de comunicación, su uso, frecuencia y eficacia.

Entrevista: Permitió recoger resultados cualitativos de las percepciones del Mat. Mauricio García, Director del SED (Anexo 5).

Observación participativa: esta técnica se realiza cuando el observador es parte de la situación, (Bernal) en este caso, la investigadora fue parte del SED durante siete años.

4.1.5. Determinación de la población y selección de la muestra.

Población:

La población que será analizada durante este proyecto será:

Tabla 8: Tabla de población.

Público	Número	Muestra
Estudiantes en Quito:	432	Muestra probabilística
Tutores:	80	Unidad de análisis
Administrativos:	8	Censo
Coordinadores de carrera:	5	Censo
Autoridades:	1	Censo
TOTAL:	526	

Características de la población:

Tabla 9: Características de la población

Público	Descripción
Estudiantes en Quito:	Son las y los estudiantes matriculados en el periodo septiembre 2014 febrero 2015, en las diferentes carreras del Sistema de educación a distancia y se presentan a sus exámenes en la ciudad de Quito.
Tutores:	Docentes de la Universidad Tecnológica Equinoccial con contrato a tiempo completo y tiempo parcial, que imparten cátedra en modalidad a distancia.
Administrativos:	Personal de la Universidad Tecnológica Equinoccial que labora en el Sistema de educación a distancia
Coordinadores de carrera:	Docentes de la Universidad Tecnológica Equinoccial, con contrato a tiempo completo y seleccionados por el Director del SED para ocupar el cargo de coordinadores de carrera.
Autoridades:	Director del Sistema de educación a distancia elegido por el Consejo Universitario de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

4.1.6. Muestra población estudiantes

La muestra presenta homogeneidad porque se seleccionó a los estudiantes de la misma modalidad, no se tomó en cuenta la diferencia de carreras ya que se quiere conocer la percepción e imagen que tienen los estudiantes del SED.

La población de este universo de estudio es finita ya que son 432 estudiantes, se extraerá una muestra representativa a través de una fórmula estadística detallada a continuación.

Fórmula de población homogénea:

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

n= muestra

N=población

E=error al cuadrado (4%)

(Ecuación 1)

Tomado de: Hidalgo, P. (2012)

Muestra de población de estudiantes.

$$n = \frac{432}{0.05^2(432 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{432}{0.0025(431) + 1}$$

$$n = \frac{432}{1,0775 + 1}$$

$$n = \frac{432}{2,0775}$$

$$n = 207$$

(Ecuación 2)

Según la fórmula de muestra homogénea de la tabla 3. La muestra a la que se debe aplicar la encuesta es de 207 estudiantes del Sistema de educación a distancia de la Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito.

4.2. Resultados de la investigación

Tabla 10: Conclusiones de encuestas estudiantes SED,

Estudiantes SED: (Anexo 6)	
Área	Conclusión
Identidad	<ul style="list-style-type: none"> • El 100% de los estudiantes de educación a distancia identifican el logotipo de la UTE. • Los estudiantes no poseen un conocimiento profundo sobre la oferta académica.
Imagen	<ul style="list-style-type: none"> • El 62% identifican a la UTE como la mejor opción para estudiar a distancia. • Los atributos por los cuales eligieron en la UTE son: prestigio, precio y horario. • El servicio como institución de educación superior, lo mayoría lo califica como bueno. • A los estudiantes les disgusta del servicio del SED, la falta de comunicación y su relación con algunos tutores. • El 86.5% de los encuestados recomiendan al SED por ser una buena opción para estudiar, horarios y prestigio. • 50% de los estudiantes califican como bueno el servicio al estudiante que reciben por parte del SED. • El 69,5% identifican a la Universidad como bastante y muy cumplidora en su oferta y servicio.
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes del SED, según el estudio realizado indican que conocieron del Sistema de educación a distancia por medio de la página web UTE y por referencias personales. • Los estudiantes afirman que se sienten informados, pero está situación puede mejorar. • El principal canal de comunicación que utiliza el SED con sus estudiantes es la plataforma virtual. • Ellos consideran que se podrían implementar nuevas herramientas y a través de ellas indican que también les gustaría recibir información sobre capacitaciones.

Tabla 11: Conclusiones de personal administrativo del SED.

Administrativo SED (Anexo 7)	
Área	Conclusión
Identidad	<ul style="list-style-type: none"> • Los administrativos del área del SED, el 43% son personal que ha trabajado en la Universidad de 8 a 10 años o más. • EL 57% no conoce la filosofía de la UTE y tampoco se identifica con ella.
Imagen	<ul style="list-style-type: none"> • El 86% identifican a la UTE como una empresa que cumple sus objetivos, y no conocen la oferta académica completa del SED. • El personal administrativo conoce la oferta académica del SED.
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • El correo interno y la plataforma virtual son las herramientas de comunicación principal para el personal administrativo. • Consideran que la información enviada por el SED es útil. • A través del correo electrónico y teléfono reciben información diariamente, frente a la plataforma que reciben de forma semanal y las reuniones de área se las realiza mensualmente. • El 71% consideran que la información la reciben tardíamente. • El 29% indica que el SED no informa de ningún tema relevante. • Además les gustaría a las redes sociales y revista interna como medios de comunicación nuevos en el Sistema.

Tabla 12: Conclusiones de Encuestas a Tutores SED.

Tutores SED (Anexo 8)	
Área	Conclusión
Identidad	Los tutores del Sistema de educación a distancia, tienen un promedio de tiempo de trabajo de 1 a 3 y de 4 a 7 años trabajando en la Universidad. Conocen la misión y visión y se sienten muy identificados con los principios institucionales.
Imagen	Los docentes no tienen clara la oferta académica del SED. El 59% perciben a la Universidad como una empresa que cumple sus objetivos y funciones.
Comunicación	Consideran que la información que reciben es útil y clara. Las herramientas principales de comunicación son el correo interno y la plataforma virtual, siendo utilizado el correo electrónico a diario al igual que la plataforma virtual. El teléfono como los memorandos no son utilizados nunca, las reuniones de área se encuentran programadas semanalmente. Indicaron que les gustaría recibir información del SED por el intranet y reuniones por área. Los temas que reciben con mayor frecuencia son noticias, novedades, eventos y festividades. La plataforma virtual, correo electrónico y tutorías son los canales más utilizados para enviar y recibir información de los estudiantes. Afirman que el SED requiere de un área especializada en comunicación.

Tabla 13: Conclusiones de coordinadores del SED.

Coordinadores SED (Anexo 9)	
Área	Conclusión
Identidad	El 40% los coordinadores tienen un promedio de 10 años o más trabajando en el Sistema de educación a distancia de la UTE. Conocen la misión y visión de la Universidad y se sienten identificados con la misma.
Imagen	Los coordinadores comparten criterios sobre la institución, al afirmar que es una empresa que cumple sus objetivos, frente a la mitad que percibe que la UTE es un lugar que genera una oportunidad laboral. El conocimiento sobre la oferta académica del SED es bajo.
Comunicación	La información que reciben por parte del SED el 60% la califican como muy útil. Las herramientas de comunicación más utilizadas por ellos son los correos electrónicos, la plataforma virtual y el teléfono con una frecuencia diaria de uso. Siendo la plataforma virtual la herramienta más utilizada por ellos, consideran que a través de esta les gustaría recibir más información sobre el SED. Sobre los temas que actualmente comunica el SED, la mayoría indicó que son irrelevantes. Los coordinadores se comunican con los estudiantes por medio de la plataforma virtual y tutorías y con sus tutores por medio de correo interno, plataforma virtual y teléfono. Además afirman el deseo de un área específica de comunicación dentro del SED.

Tabla 14: Conclusiones de entrevista matemático Mauricio García

Director del SED (Anexo 10)	
Área	Conclusión
Identidad	El Director del SED tiene 4 años en su cargo y es docente de pregrado y posgrado de la UTE con más 15 años de trabajo en la institución, lo que le ha permitido conocer a profundidad la vida institucional de la Universidad, como la del SED.
Imagen	El Director considera, como factor diferenciador, frente a otras universidades que ofertan modalidad a distancia, el examen de ingreso, porque les permite a las personas, que por mucho tiempo han dejado de estudiar, nivelarse en conocimientos para así tener una facilidad para adaptarse a los estudios a distancia. Además afirma que los estudiantes, casi en su mayoría vienen con una práctica pre profesional, ya que el 90% de ellos trabaja y el 80% de ellos, ejercen en su profesión. Además el director proyecta la gestión del Sistema de educación a distancia, en el lapso de 5 años.
Comunicación	Afirma que la principal herramienta de comunicación dentro del SED es la plataforma virtual para todos sus públicos ya que tiene varias opciones que ayudan a la gestión de cada uno. Considera que sería favorable para la gestión del SED, implementar un área de comunicación especializada para la modalidad a distancia de la UTE.

4.3. Análisis de la investigación

Después de haber realizado una investigación sobre la situación comunicacional actual del Sistema de educación a distancia de la UTE, se puede concluir que la comunicación está presente en todas sus acciones, sin embargo, estas no están orientadas a un fin común por la falta de estrategias que optimicen y efectivicen la gestión educativa. De igual manera, la plataforma virtual es la herramienta más utilizada y fue diseñada específicamente para el Sistema por parte del Instituto de Informática y Computación IDIC de la UTE, tiene varias aplicaciones, pero no son aprovechadas al máximo o no cumplen con la finalidad para la que fueron creadas. El Sistema de educación a distancia posee otros canales de comunicación que no son utilizados de la forma adecuada, ya que la construcción del mensaje es general y no específico para cada uno de los públicos que conforman el SED.

Al ser la comunicación un factor sistémico dentro de todos los procesos de una organización. El Sistema de educación a distancia de la UTE debería asumir

una comunicación con un objetivo concreto, que le permita crecer en el tiempo. A través de una planificación adecuada, tomando en cuenta sus recursos, además de las necesidades y características que cada uno de sus públicos requiere.

4.4. Conclusiones y recomendaciones

4.4.1. Conclusiones

- La Universidad Tecnológica Equinoccial fundó el Sistema de educación a distancia con el propósito de cumplir con el principio de educación para todos y a lo largo de toda la vida.
- Actualmente debido regulaciones dadas por el gobierno, el Sistema de educación a distancia a realizado cambios en su oferta académica.
- Frente a las carreras en modalidad a distancia de otras instituciones, la UTE tiene una oferta académica limitada.
- Luego de consultar varios autores, en los temas de comunicación interna y planificación, se puede concluir que el ser humano es el centro de la organización y que es importante mantener una comunicación efectiva y continua que ayude a que la gente se sienta segura y desarrolle un sentido de pertenencia.
- La comunicación interna es un mejoramiento continuo, buscando el bienestar de los públicos internos.
- La Universidad es una organización que exige un alto nivel de dinamismo, ya que requiere estar en la vanguardia de los procedimientos académicos y administrativos, frente a un entorno cambiante en el que la Universidad es el referente para las demás instituciones.
- La debida planificación de las acciones comunicacionales de una organización permite apoyar al cumplimiento de los objetivos institucionales.

- La identificación de los vínculos que existe entre los públicos de la organización frente a la misma, ayuda a segmentar el canal y el mensaje idóneos, permitiendo a la empresa generar acciones que fortalezcan sus vínculos.
- La mayoría de estudiantes conocieron al SED por medio de la página web y referencias personales.
- Los públicos que conforman el SED sugieren en la investigación que la Dirección planifique de mejor manera las acciones comunicacionales, de acuerdo a los intereses informativos de cada uno de ellos.
- Por el tipo de modalidad de estudios y frente a las tendencias e innovaciones tecnológicas se deben priorizar el uso de las TIC's como canales de comunicación con los estudiantes y docentes.
- Según los resultados de la investigación existe un bajo nivel de pertenencia en estudiantes, docentes y administrativos del Sistema de educación a distancia.
- Las herramientas comunicacionales de preferencia por los públicos del SED son la plataforma virtual y el correo electrónico.
- El SED carece de reconocimiento de gestión frente a la comunidad universitaria.
- El personal administrativo no conoce y no se siente identificado con lo que es y representa la UTE.
- Redes sociales, revista, reunión por áreas e intranet son algunos canales que sugieren los públicos para recibir información del SED.
- Los estudiantes califican al servicio recibido, por parte del SED, como bueno.
- El personal administrativo afirma que el SED no comunica nada.
- El SED no posee políticas ni plan de comunicación.
- El público encuestado reconoce la necesidad de contar con una estructura responsable de planificación de comunicación.

4.4.2. Recomendaciones

- Una auditoría de comunicación ayudará a una planificación acertada, seleccionando las herramientas más adecuadas según los problemas que se encuentren.
- Con una planificación estratégica podremos adelantarnos a los problemas antes de que sucedan.
- Formular objetivos con la mayor coherencia posible entre la estrategia y las tareas a realizar.
- Se debe segmentar los mensajes y los canales, según los públicos con el fin de que sean atractivos y comprensibles.
- Se debe implementar e innovar las herramientas de comunicación orientadas a las TIC's.
- Promover una cultura de servicio de excelencia al estudiante, ya que es nuestra razón de ser.
- Mantener programas de capacitación para los docentes en cuanto a motivación a los estudiantes, ya que por la modalidad los estudiantes requieren de mayor atención por el docente.
- Incorporar un profesional responsable de la comunicación del SED, en la Dirección de relaciones públicas con el fin de optimizar la comunicación sin perder el eje comunicacional institucional de la UTE.
- Implementar políticas de comunicación con el fin de normar las actividades comunicacionales del SED.
- Dar a conocer la oferta académica y la gestión que realiza cada una de las carreras, con el fin que los públicos sean referentes de la oferta académica del SED.
- Difundir, por los canales seleccionados, los logros y la gestión académica que realiza el SED, tanto para la comunidad universitaria como para el entorno con el fin de lograr un posicionamiento positivo.
- Generar espacios de diálogo accesibles con las autoridades, con el fin de mantener procesos de mejora continua.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Una vez realizada la investigación a los diferentes públicos del Sistema de educación a distancia de la UTE (SED), se procede a ejecutar una planificación estratégica comunicacional. La propuesta se enfoca en el desarrollo integral de los flujos de comunicación a través de la implementación y fortalecimiento de las herramientas de comunicación interna existentes. Con esto se logrará, una mejor gestión y optimización de los procesos comunicacionales dentro del SED con sus públicos; para así obtener el entendimiento de las partes dentro del marco de los fines académicos del SED.

De igual forma, las estrategias planteadas ayudarán al clima laboral, la propuesta se realiza sobre la base de problemas comunicacionales que arroja la investigación con sus diferentes públicos: estudiantes, administrativos, tutores, coordinadores y autoridades.

Con el fin de diagnosticar la situación del SED se presenta un análisis FODA, en el cual servirá para identificar los cuatros elementos que permitirán analizar, reflexionar y actuar para el mejoramiento de la institución.

5.1. Análisis FODA

Partiendo de esta información se realizó un análisis del entorno del SED, logrando identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Tabla 15: Matriz FODA.

<p>Fortaleza:</p> <p>Tutores con más de cinco años de experiencia en la enseñanza dentro de la modalidad a distancia, con título de maestrías.</p> <p>Plataforma virtual con tecnología de punta.</p> <p>Carreras reconocidas en el ámbito laboral.</p> <p>El SED pertenece a la Universidad Tecnológica Equinoccial, con más de 44 años como institución de educación superior.</p> <p>La Universidad tiene categoría B, acreditada por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES).</p> <p>Oferta de tutorías presenciales.</p> <p>Buena colocación de egresados a nivel profesional.</p>	<p>Debilidades:</p> <p>Oferta académica limitada frente a las otras universidades.</p> <p>Oferta reducida de beneficios adicionales al bienestar estudiantil de modalidad a distancia, frente a los de presencial en la UTE.</p> <p>Mal manejo de comunicación con los estudiantes.</p> <p>Falta de pertenencia de los alumnos, tutores y administrativos con el SED.</p>
<p>Amenazas:</p> <p>Alta competencia a nivel nacional e internacional.</p> <p>Regulación para la modalidad de educación por parte del gobierno.</p> <p>Desconfianza de la modalidad de educación a distancia.</p> <p>Aspirantes desactualizados en sus estudios.</p> <p>Desconocimiento del manejo de la tecnología.</p>	<p>Oportunidad:</p> <p>Costos bajos frente al a competencia.</p> <p>Estudiantes con conocimientos prácticos en el área que desean estudiar.</p> <p>Tendencia a la meritocracia a nivel público y privado.</p> <p>Gran interés por invertir en un título de tercer nivel.</p> <p>Alto interés por parte de las empresas públicas y privadas por invertir en la educación de sus colaboradores.</p>

5.2. Objetivos

5.2.1. Objetivo general

Diseñar un plan de comunicación para el Sistema de educación a distancia de la UTE, con el fin de optimizar las relaciones con sus públicos periodo 2016.

5.2.2. Objetivos específicos

- Optimizar los procesos de comunicación interna en los públicos del SED en el lapso de cuatro meses.
- Generar pertenencia en los públicos internos a través de la creación de vínculos en el lapso de doce meses.

5.3. Matriz estratégica

Tabla 16. Matriz estratégica

Objetivo general	Objetivos específicos	Públicos	Estrategias	
Diseñar un plan de comunicación para el Sistema de educación a distancia de la UTE con el fin de optimizar sus relaciones con sus públicos.	Optimizar los procesos de comunicación interna en los públicos del SED en el lapso de cuatro meses.	Estudiantes Tutores Coordinadores Administrativos	Implementación del área responsable de la comunicación en el Sistema de educación a distancia.	
		Estudiantes Tutores Coordinadores	Optimización de la plataforma virtual con fines académicos.	
		Estudiantes Tutores Coordinadores Administrativos	Incorporación de nuevos canales de comunicación.	
		Estudiantes Tutores Coordinadores Administrativos	Reestructuración de las herramientas comunicacionales existentes	
	Generar pertenencia en los públicos internos a través de la creación de vínculos en el lapso de doce meses.		Tutores Coordinadores Administrativos	Concientización a los públicos sobre la importancia de su labor en el Sistema de educación a distancia.
			Estudiantes	Identificación de los estudiantes con el Sistema de educación a distancia de la UTE
			Estudiantes	Información de los beneficios que tiene al estudiar en el Sistema de educación distancia de la UTE
			Estudiantes Tutores Coordinadores Administrativos	Organización de actividades que permitan mejorar la relación entre los diferentes públicos.
			Estudiantes	Aplicación de incentivos a la excelencia académica
			Tutores Coordinadores Administrativos	Implementación de programas de capacitación que optimicen el trabajo
			Estudiantes Tutores Coordinadores	Diseño de planes de seguimiento y apoyo al estudiante.

5.4. Matriz de acciones

Tabla 17: Matriz de acciones

Estrategia	Acciones	Responsable
Implementación del área responsable de la comunicación en el Sistema de educación a distancia.	<p>Diseño de políticas de comunicación para el Sistema de educación a distancia de la UTE.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redacción de las políticas comunicacionales que respondan a las necesidades del Sistema de educación a distancia de la UTE. Las mismas que deben ser redactadas por la Dirección de relaciones públicas - Unidad SED y comunicación y aprobadas por el Consejo Universitario (Anexo 10). <p>Contratación de un profesional para el Sistema de educación a distancia de la UTE.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se realizará la solicitud al Departamento de recursos humanos con el perfil necesario. La persona contratada responderá a la Dirección de relaciones públicas - Unidad SED y comunicación (Anexo 11) - La Dirección de Relaciones Públicas - Unidad SED realizará la inducción durante un mes que constará de la capacitación básica de procesos en la Universidad, herramientas y políticas comunicacionales y gira por las oficinas de gestión académica en las diferentes provincias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED - Departamento de recursos humanos.
Optimización de la plataforma virtual con fines académicos.	<p>Diseño de tutoriales virtuales para las diferentes funciones de la plataforma virtual.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se diseñará tutoriales en video de las siguientes aplicaciones: <ul style="list-style-type: none"> o Contenido del curso o Agenda o Calificaciones o Calendario o Foros o Chat o Tareas o Exámenes o Documentos o Directorio - Se realizará una campaña informativa "Tu amigo, Virtualito," en la que se les invita a visitar los tutoriales para conocer para qué y cómo funcionan las aplicaciones a favor de su educación (Anexo 12) <p>Implementación de un chat virtual con el fin de resolver problemas o inquietudes de la plataforma virtual.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar una aplicación de chat en vivo para la plataforma virtual - Personal del Instituto de informática y computación será el encargado de 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED - Instituto de informática y computación - Adquisiciones

Continuación de la tabla 17.

Estrategia	Acciones	Responsable
	<p>diseño y dar soporte para las dudas tanto de estudiantes y docentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El chat estará activo desde las 9:00am a 21:00pm. <p>Servicio de internet a domicilio “Conexión UTE”.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por medio de un convenio con el proveedor de internet Netlife, se brindará información sobre el servicio de internet que da la Universidad para que los docentes y estudiantes tengan conexión a internet desde sus hogares. - Se ofertarán paquetes informáticos con conexión a internet y una computadora a un precio competitivo con el mercado (Anexo 13). <p>Separadores de libros</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por medio de la campaña “Siempre conectados con Conexión UTE” Se informará a los estudiantes por medio de los correos electrónicos y se diseñarán separadores de libros en los que se enfatice los beneficios de adquirir su kit informático (Anexo 14). 	
Incorporación de nuevos canales de comunicación.	<p>Apertura de redes sociales con fines estratégicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se dará apertura a cuentas en Facebook y Twitter, en las cuales se compartirá las novedades, calendario académico, noticias y logros del SED. - Además se brindará información, a través de comentarios o mensajes internos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED
Reestructuración de las herramientas comunicacionales existentes.	<p>Optimización del servicio en la central telefónica.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se contratará el software de contestadora automática, la cual; con opciones numéricas, permitirá contactarse rápidamente con inscripciones, coordinadores de cada una de las carreras, tesorería y operadora. <p>Rediseño y ubicación de las carteleras para generar mayor visibilidad del SED.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se colocará un monitor al ingreso de las oficinas del SED, donde se publicará información relevante y acontecimientos actuales del Sistema de educación distancia (Anexo 15). <p>Optimización de los programas radiales y videos para el Sistema de educación a distancia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Transmitir en vivo online las conferencias presenciales, según las carreras del SED, para que asistan a ella por medio de UTV Digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED. - Instituto de informática y computación. - Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.

Continuación de la tabla17

Estrategia	Acciones	Responsable
	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar un programa especializado para el SED de la UTE con los temas de : <ul style="list-style-type: none"> o Novedades y noticias del SED. o Entrevistas a especialistas en temas inherentes a cada una de las carreras. o Calendario académico para el SED. o Agenda de conferencias. o Novedades de la UTE. o Novedades culturales y deportivas. <p>Gestión de la presencia del SED en la Revista Campus de la UTE.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bimensualmente se escribirá un artículo de las acciones, con registro fotográfico más relevantes del SED. - Se enviará el archivo digital de la revista a los correos de estudiantes, tutores y administrativos. 	
<p>Concientización a los públicos sobre la importancia de su labor en el Sistema de educación a distancia.</p>	<p>Reuniones planificadas con el Rector.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se organizará reuniones presenciales de administrativos, tutores y coordinadores con el Rector de la UTE. En las que el Rector motivará a dar lo mejor de si por su trabajo y escuchará sobre las inquietudes que tienen. <p>Conformación de una comisión de seguimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recopilando las sugerencias dadas en las reuniones con el rector, se conformará una comisión, junto a la dirección Administrativa –Financiera para analizar la viabilidad de las propuestas y sugerencias. <p>Organización de un evento mensual denominado “Comunica-SED” con el fin principal de motivara a brindar un mejor servicio desde sus puestos de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Retroalimentación de los logros y fracasos mensuales de las actividades del mes. - Espacios de mejora continua, donde todos pueden comentar sus inquietudes y aportar con ideas para resolverlos. - Reconocimiento de logros personales. - Festejar a los cumpleaños del mes. - Al inicio de cada semestre académico se les entregará un kit (flash memory, cuaderno, esferos) que serán de apoyo para la labor en el nuevo periodo con un mensaje motivacional. (Anexo 16). 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED. - Rectorado

Continuación de la tabla 17.

Estrategia	Acciones	Responsable
Identificación de los estudiantes con el Sistema de educación a distancia de la UTE	<p>Suvenires con el logo de “Yo soy UTE”</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se entregarán chalecos a los estudiantes que inician sus estudios en el SED (Anexo 17). - Se abrirá una tienda virtual de suvenires con la imagen “Yo soy UTE” (Anexo 18). <p>Optimización del servicio de alimentación en tutorías y pruebas presenciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solicitar a la administración de los comedores universitarios extender su servicio en los días programadas para tutorías presenciales y pruebas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED.
Información de los beneficios que tiene al estudiar en el Sistema de educación distancia de la UTE	<p>Firma de convenios comerciales con los que se obtendrán beneficios para los estudiantes SED- UTE.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se gestionará convenios con empresas de: <ul style="list-style-type: none"> o Seguros médicos o Librerías y papelerías o Telefonía celular o Entretenimiento <p>Diseño de un folleto sobre los beneficios que tienen los estudiantes del SED de la UTE.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Junto con el departamento de bienestar estudiantil, se redactará los beneficios de ser parte de la UTE. El mismo que será entregado en las jornadas de inducción (Anexo 19). <p>Mensajería móvil sobre los beneficios de ser Estudiantes SED- UTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - El primer mes del semestre se dará a conocer los beneficios de los que gozan por ser estudiantes SED-UTE a través de mensajes de texto a los celulares de los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED - Dirección de bienestar universitario - Instituto de informática y computación
Organización de actividades que permitan mejorar la relación entre los diferentes públicos.	<p>Celebración del aniversario de creación del SED.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se organizará una sesión solemne donde se reconocerá a los administrativos, tutores y estudiantes egresados de excelencia. - Después de la sesión solemne se realizará una cena de gala con baile. - En la fiesta de gala se realizará un acto de despedida a los estudiantes que ya están próximos a egresar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED
Aplicación de incentivos a la excelencia académica	<p>Implementación de incentivos académicos para los mejores promediados de cada semestre.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Junto con el Departamento de bienestar estudiantil se otorgará descuentos a los mejores promedios, a partir del segundo semestre. - Al estudiante de mejor promedio semestral de todas las carreras del Sed, se le otorgará una beca para siguiente semestre. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED - Dirección de bienestar universitario

Continuación de la tabla 17.

Estrategia	Acciones	Responsable
Implementación de programas de capacitación que optimicen el trabajo	<p>Organización de jornadas de capacitación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se diseñará programas de capacitación, en conjunto con la Dirección general de posgrados y la Dirección de Innovación y excelencia educativa, quienes brindarán las facilidades de los capacitadores y aulas para las mismas, las temáticas; según el tipo de público serán: <ul style="list-style-type: none"> o Administrativos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio al cliente. ▪ Trabajo en equipo. ▪ Inteligencia emocional y financiera. ▪ Actualización de conocimientos en sus respectivas áreas. o Tutores y Coordinadores <ul style="list-style-type: none"> ▪ Educación andragogía. ▪ servicio al cliente. ▪ Actualizaciones en pedagogía. ▪ Nuevas tecnologías y TIC's ▪ Actualizaciones en sus respectivas áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED - Dirección de innovación y excelencia académica. - Dirección general de posgrados-UTE - Departamento de recursos humanos.
Diseño de planes de seguimiento y apoyo al estudiante	<p>Implementación de un plan de seguimiento a los estudiantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se organizará una reunión con los coordinadores con sus respectivos docentes para determinar que estudiantes requieren un seguimiento, sobre la base de sus notas y matrícula. - Los grupos de dirección de tutorías estarán conformados por un profesor a tiempo completo y diez estudiantes. - Se organizarán tutorías, tanto presenciales como virtuales, extraordinarias para estos estudiantes. - Los docentes encargados de los grupos deben reportar al coordinador el seguimiento y las actividades realizadas por los estudiantes. - Si algún estudiante, que no esté convocado al plan de seguimiento y desea entrar al grupo, deberá solicitar al coordinador de su carrera su ingreso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de relaciones públicas - Unidad SED - Coordinadores de las diferentes carreras.

5.5. Cronograma

Tabla 18: Cronograma área comunicación

ACCIONES	Ene/16				Feb/16				Mar/16				Abr/16				May/16				Jun/16				Jul/16				Ago/16				Sep/16				Oct/16				Nov/16				Dic/16			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Diseño de políticas de comunicación para el Sistema de educación a distancia de la UTE.																																																
Contratación de un profesional para el Sistema de educación a distancia de la UTE.																																																
Diseño de tutoriales virtuales para las diferentes funciones de la plataforma virtual.																																																
Implementación un chat virtual																																																
Servicio de internet a domicilio "Conexión-UTE".																																																
Separadores de libros																																																
Apertura de redes sociales con fines estratégicos																																																
Optimización del servicio en la central telefónica.																																																
Rediseño y ubicación de las carteleras para generar mayor visibilidad del SED.																																																
Optimización de los programas radiales y videos																																																
Gestión la presencia del SED en la revista Campus de la UTE																																																

Comunicación

Tabla 19: Cronograma fase pertenencia.

ACCIONES	Ene/16				Feb/16				Mar/16				Abr/16				May/16				Jun/16				Jul/16				Ago/16				Sep/16				Oct/16				Nov/16				Dic/16							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Reuniones planificadas con el Rector.																																																				
Conformación una comisión de seguimiento de sugerencias.																																																				
Organización de un evento mensual denominado "Comunica-SED".																																																				
Suvenires con el logo de la "Yo soy UTE"																																																				
Optimización del servicio de alimentación en tutorías y pruebas presenciales.																																																				
Firma de convenios comerciales con los que se obtendrán beneficios para los estudiantes SED- UTE.																																																				
Diseño de un folleto sobre los beneficios que tienen los estudiantes del SED de la UTE.																																																				
Mensajería móvil sobre los beneficios de ser estudiantes SED- UTE																																																				
Celebración del aniversario de creación del SED.																																																				
Implementación de incentivos académicos para los mejores promediados de cada semestre.																																																				
Implementación de jornadas de capacitación.																																																				
Implementación de un plan de seguimiento a los estudiantes.																																																				

Pertenencia

5.6. Matriz de evaluación

Tabla 20: Matriz de evaluación.

Objetivo específico	Tipo de objetivo	Nivel de evaluación	Acciones	Instrumento	Indicador
Optimizar los procesos de comunicación interna en los públicos del SED en el lapso de cuatro meses.	Informativo	Básico	Diseño de políticas de comunicación para el Sistema de educación a distancia de la UTE.	Acta de entrega al Consejo universitario del documento de Políticas de Comunicación-SED	Resolución de Consejo universitario aprobando las políticas de comunicación-SED
			Contratación de un profesional para el Sistema de educación a distancia de la UTE.	Anuncio en prensa de recursos humanos y contrato	# de proyectos planificados / # de proyectos realizados
			Diseño de tutoriales virtuales para las diferentes funciones de la plataforma virtual.	Contador de visitas por medio del Sistema integrado de control académico y financiero (SICAF)	# de visitas / tiempo de exposición del mensaje
			Implementación un chat virtual con el fin de resolver problemas o inquietudes de la plataforma virtual.	Contador de ingresos al chat	# de visitas / tiempo de exposición del mensaje
			Servicio de internet a domicilio "Conexión UTE".	Seguimiento de compra	# de facturación/número de estudiantes SED
			Separadores de libros	Sondeo de opinión	# de separadores entregados # de separadores impresos
			Apertura de redes sociales con fines estratégicos	Encuestas de opinión	# de seguidores/número total de estudiantes SED.
			Optimización el servicio en la central telefónica.	Calificación del servicio telefónico	# de llamadas atendidas / #de llamadas entrantes
			Rediseño y ubicación de las carteleras para generar mayor visibilidad del SED.	Sondeo de opinión	# de actualizaciones de información al monitor # de posibles visualizaciones

Continuación de la tabla 20.

Objetivo específico	Tipo de objetivo	Nivel de evaluación	Acciones	Instrumento	Indicador
			Optimización programas radiales y videos para el Sistema de educación a distancia.	Sondeos de opinión	# de visualizaciones # de personas ingreso a la radio online
			Gestión la presencia del SED en la revista Campus de la UTE	Clipping	# de referencias publicadas/ tiempo de exposición del mensaje.
Generar pertenencia en los públicos internos a través de la creación de vínculos en el lapso de doce meses.	Motivación al	Intermedia	Reuniones planificadas con el Rector.	Registros de Asistencia	# de asistentes / # de invitados
			Conformación una comisión de seguimiento de sugerencias.	Sondeo de Opinión	# de sugerencias/ # número de sugerencias aplicadas
			Organización de un evento mensual denominado "Comunica-SED" con el fin principal de motivar a continuar brindar un mejor servicio desde sus puestos de trabajo.	Encuesta de opinión	# de asistentes / # de invitados
			Entregar Suvenires con el logo de la "Yo soy UTE"	Registro de entrega Factura de venta	# de suvenires entregados / # Número total de estudiantes SED.
			Optimización del servicio de alimentación en tutorías y pruebas presenciales.	Sondeo de opinión	# de comensales.
			Firma con convenios comerciales con los que se obtendrán beneficios para	Registro de convenios	# de convenios firmados. # de convenios ejecutados

Continuación de la tabla 20.

Objetivo específico	Tipo de objetivo	Nivel de evaluación	Acciones	Instrumento	Indicador
			los estudiantes SED- UTE.		
			Diseño de un folleto sobre los beneficios que tienen los estudiantes del SED de la UTE.	Registro de entrega de Sondeo de opinión	# de folletos entregados./ # total de estudiantes SED
			Mensajería móvil sobre los beneficios de ser Estudiantes SED-UTE	Conteo de Sondeo de opinión	# de celulares enviados. # total de estudiantes SED
			Celebración del aniversario de creación del SED.	Registros de asistencia. de sondeo de opinión	# de asistentes / # de invitados
			Implementación incentivos académicos para los mejores promediados de cada semestre.	Registro de becas y descuentos entregados	# de beneficiarios / # becas ofrecidas
			Implementar jornadas de capacitación.	Registro de entrega de sondeo de opinión	# de folletos entregados. # de folletos impresos
			Implementación de un plan de seguimiento a los estudiantes.	Registro de estudiantes de sondeo de opinión	# de estudiantes participantes. # de estudiantes aprobado de nivel

5.7. Presupuesto

Tabla 21: Presupuesto.

Acciones	Costo total	Método de financiamiento
Diseño de políticas de comunicación para el Sistema de educación a distancia de la UTE.	\$ 2,500.00	Autogestión por parte del personal de la dirección de relaciones Públicas.
Contratación de un profesional para el Sistema de educación a distancia de la UTE.	\$ 14,400.00	Presupuesto salarial de la UTE.
Diseño de tutoriales virtuales para las diferentes funciones de la plataforma virtual.	\$ 5,000.00	Autogestión por parte del personal del Instituto de informática y computación.
Implementación un chat virtual.	\$ 2,500.00	Autogestión por parte del personal del Instituto de informática y computación.
Servicio de internet a domicilio "Conexión UTE".	\$ 250,000.00	Autogestión por medio de ventas.
Separadores de libros.	\$ 600.00	Presupuesto SED.
Apertura de redes sociales con fines estratégicos	\$ 12,000.00	Presupuesto SED
Optimización del servicio en la central telefónica.	\$ 8,000.00	Presupuesto SED
Rediseño y ubicación de las carteleras	\$ 10,000.00	Presupuesto SED
Optimización del programas radiales y videos	\$ 8,000.00	Autogestión por parte de los docentes a tiempo completo de talleres
Gestión de la presencia del SED en la revista Campus de la UTE	\$ 1,200.00	Autogestión por parte del personal de la Dirección de relaciones públicas
Reuniones planificadas con el Rector.	\$ 800.00	Presupuesto SED.
Conformación una comisión de seguimiento de sugerencias.	\$ 3,500.00	Autogestión por parte del personal del SED.
Organización de un evento mensual denominado "Comunica T".	\$ 1,200.00	Presupuesto SED
Suvenires con el logo de la "Yo soy UTE"	\$ 11,500.00	Presupuesto SED
Optimización del servicio de alimentación en tutorías y pruebas presenciales.	\$ 12,000.00	Autogestión venta de alimentos
Firma de convenios comerciales con los que se obtendrán beneficios para los estudiantes SED - UTE.	\$ 500.00	Autogestión por parte del personal de la Dirección de relaciones públicas
Diseño de un folleto sobre los beneficios que tienen los estudiantes del SED de la UTE.	\$ 3,000.00	Presupuesto SED
Mensajería móvil sobre los beneficios de ser Estudiantes SED- UTE	\$ 1,200.00	Presupuesto SED
Celebración del aniversario de creación del SED.	\$ 30,000.00	Autogestión con auspicios y venta de entradas
Implementación de incentivos académicos para los mejores promediados de cada semestre.	\$ 13,000.00	Autogestión
Implementación de jornadas de capacitación.	\$ 6,000.00	Autogestión con docentes a tiempo completo.
Organización de un plan de seguimiento a los estudiantes.	\$ 4,000.00	Autogestión
	\$ 62,700.00	Total presupuesto SED
	\$ 338,200.00	Total autogestión

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- El Sistema de educación a distancia de la Universidad Tecnológica Equinoccial, nació como un servicio educacional para cubrir la demanda de las personas que requieren estudiar, pero existen dificultades al hacerlo en modalidad presencial. Actualmente la oferta académica de esta modalidad ha minorado, por gestiones administrativas y reglamentaciones dadas por el gobierno.
- Por lo antes mencionado, en los miembros que conforman las áreas académicas y administrativas, se ha generado desmotivación y altos niveles de incertidumbre ante el cierre de carreras y modificación de la estructura administrativa.
- La gestión institucional del Sistema de educación a distancia no contempla una gestión de comunicación planificada, presentando en su público desinterés, desinformación y falta de pertenencia. Esto provoca niveles altos de deserción en sus estudiantes.
- En la investigación realizada se notó que el servicio que presta el SED a sus estudiantes puede mejorar y dentro de sus sugerencias están implementar nuevas herramientas de comunicación que permitan una mejor retroalimentación con tutores.
- Cabe recalcar que en la investigación, los tutores, coordinadores y administrativos no poseen un sentido de pertenencia con el Sistema de educación a distancia como lugar establecido para trabajar.

- Una gestión planificada de comunicación apoyaría a la parte administrativa y académica del SED, estableciendo acciones que ayuden a cumplir los objetivos de la institución.

6.2. Recomendaciones

- Es importante para el Sistema de educación a distancia de la Universidad Tecnológica Equinoccial implementar el plan de comunicación propuesto, ya que permitirá fortalecer los vínculos con los públicos internos bajo una misma premisa.
- Se debe fomentar una cultura de buen servicio en cada acción del SED, y sobre todo para los estudiantes que son nuestros clientes y la razón de ser de una institución educativa.
- Con el fin de mantener estándares de calidad e innovación en la metodología de enseñanza – aprendizaje andragógica, el SED debe generar capacitaciones para sus coordinadores y tutores haciendo énfasis en métodos y herramientas que acerquen y faciliten los vínculos entre el docente y estudiante.
- Con el fin de impulsar la imagen favorable del SED, se recomienda identificar los canales idóneos para dar a conocer, a sus públicos los logros y el trabajo que se realiza en esta unidad.
- Es importante que los canales de comunicación establecidos en el plan, o que surgen dentro del desarrollo del mismo, sean constantes y consecuentes con información actualizada y pertinente, que facilite la comprensión de los procesos complejos que el SED desarrolla.
- Tanto en la gestión administrativa como académica se debe tener como prioridad el buen servicio a los estudiantes, brindado ventajas

diferenciales y competitivas frente a las otras universidades que brindan servicios educativos dentro de la modalidad a distancia.

REFERENCIAS

- ALJURE, A. (2015), *El plan estratégico de la Comunicación*. (1ª Ed.), Bogotá - Colombia, Editorial UOC.
- BARRANTES, R., (2000). *Educación a distancia*. Editorial EUNED. (2ª. Ed.) San José-Costa Rica.
- BRANDOLINI, A. y González, M. (2009) *Comunicación Interna*. (1ª Ed.), Buenos Aires-Argentina: Editorial La Crujía
- CAPRIOTTI, P. (1992) *La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada*. El Ateneo, Barcelona, 1992. Recuperado el 4 Abril de 2015 de <http://www.bidireccional.net>].
- CAPRIOTTI, P. (1999). *Comunicación corporativa: Una estrategia de éxito a corto plazo*” Artículo publicado en Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo (Argentina), N. 13
- CAPRIOTTI, P. (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona, España: Ediciones Ariel.
- COSTA, J. (2009). *El Dircom de hoy; Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía*. (2ª. Ed.) Barcelona-España: Editorial Costa Punto Com.
- FERNÁNDEZ, C. (1997) *La Comunicación en las Organizaciones*. (3ª Ed.) Editorial Trillas, S.A
- FUENTES, S. (2013). *La comunicación de Marketing de producto/ servicio*. Maestría DIRCOM- Quito- Ecuador
- GALEANO E. (2012) “*Modelos de Comunicación*”. Recuperado el 13 de Mayo de 2015 de www.oficinappc.ucr.ac.cr/HA2073/Modelos_Comunicacin_Humana.pdf.
- LOSADA, J. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. (1ª Ed.) España: Editorial Ariel.
- MANUCCI, M. (2008). *Impacto Corporativo*. (1ª.Ed.) Buenos Aires- Argentina: Editorial La Crujía
- MELO, M. (2010). *Estudio sobre los autores e instrumentos de la modalidad a distancia en la Universidad Tecnológica Equinoccial en la carrera de*

- Ciencias de la Educación a distancia con mención en educación inicial*, (1ª. Ed.) Quito –Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Navarro., B. (2013). *Mapa de Públicos de Universidad*. Recuperado del 25 de Abril de 2015 de <http://el-ingrediente-secreto.blogspot.com/2013/05/unidad-7.html>
- PASQUALI, A. (1976.) *“Comunicación y cultura de masas”*. Monte Ávila Editores, Caracas 1976.
- PERALTA H. (2006) *Educación a distancia y EIB; “Programa de formación en Educación Intercultural Bilingüe para los Países Andinos”*. Volumen 25. Editores Plurales.
- PIZANO G. (2008) *Investigación Educativa; “La educación a distancia un modelo abierto al futuro”*. Editor RIED - Revista Iberoamericana de educación a distancia Vol. 12 N° 22.
- RAMOS, D. (2007). *Manual Básico de Comunicación Corporativa*. Editorial San Pablo, (1ª. Ed.), Bogota – Colombia.
- RITTER, M. (2008). *Cultura organizacional*. (1ª. Ed.) , Buenos Aires- Argentina: Editorial La Crujia
- SCHEINSOHN, D. (1998). *Dinámica de la comunicación y la imagen corporativa*. (1ª Ed.) Argentina: Fundación OSDE.
- SCHEINSOHN, D. (2011), *El poder y la acción, a través de la comunicación estratégica*. (1ª. Ed), Buenos Aires- Argentina: Editorial Granica.
- TORREBLANCA, M. (2007) *E-Learning: ¿Exigencia para el espacio europeo de educación superior? Programa para la Calidad Educativa (PQE)*. Universidad Pompeu Fabra (UPF).
- Universidad Tecnológica Equinoccial. (2013). *Informe a la Comunidad Universitaria 2013*. (1ª. Ed.), Quito-Ecuador.
- Universidad Tecnológica Equinoccial. (2014). *Planificación*. Recuperado el 8 de Enero de 2014 de <http://www.ute.edu.ec/Default.aspx?idSeccion=219&idCategoria=238>, VAN RIEL, C. (1997). *Comunicación Corporativa*. (5ª Ed.), Madrid –España: Editorial Prentice Hall.

VELIZ, F. (2011). *Comunicar*. (1ª Ed.), Barcelona – España: Editorial Gedisa S.A.

Winner Cromenauer's Blog. (2009). *Esquema de comunicación de Shannon – Weaver*. Recuperado del 25 de Mayo de 2015 de winnercromenauer.wordpress.com

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta estudiantes.

El cuestionario es anónimo, por lo que solicito total sinceridad en sus respuestas, estas serán tratadas a nivel estadístico para mejorar los procesos comunicacionales del Sistema de educación.

Carrera: _____

Semestre: _____

Identidad:

1. De los siguientes logos, señale cuál corresponde a la Universidad Tecnológica Equinoccial.



1.a.



1.b.



1.c.



1.d.

2. De las siguientes opciones, seleccione las carreras que se ofertan en el Sistema de educación a distancia.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 2. a Publicidad | <input type="checkbox"/> 2. g Marketing |
| <input type="checkbox"/> 2. b Educación inicial | <input type="checkbox"/> 2. h Empresas de servicios y recursos humanos |
| <input type="checkbox"/> 2. c Automotriz | <input type="checkbox"/> 2. i Relaciones públicas y comunicación |
| <input type="checkbox"/> 2. d Contabilidad y auditoría | |
| <input type="checkbox"/> 2. e Ciencias de la educación | |
| <input type="checkbox"/> 2. f Comercio exterior | |

Imagen

3. De las siguientes opciones, indique por qué medio se enteró de la oferta académica que ofrece el sistema de educación a distancia.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 3. a Prensa | <input type="checkbox"/> 3. e. Contacto de un funcionario de la UTE |
| <input type="checkbox"/> 3. b Radio | <input type="checkbox"/> 3. i. Por teléfono |
| <input type="checkbox"/> 3. c Televisión | <input type="checkbox"/> 3. j. Visita en la UTE |
| <input type="checkbox"/> 3. d. Revistas | |

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 3. k. Referencias
(personales) | <input type="checkbox"/> 3. g. Gigantografías |
| <input type="checkbox"/> 3. l. Página WEB UTE | <input type="checkbox"/> 3. h Afiches |
| <input type="checkbox"/> 3. m. Correo electrónico | <input type="checkbox"/> 3. N. Trípticos |
| <input type="checkbox"/> 3. f. Buscadores de internet | <input type="checkbox"/> 3. O. Volantes |
| | <input type="checkbox"/> 3. P. Vallas |

4. De los siguientes ítems, seleccione la razón por la que escogió estudiar una carrera en el Sistema de educación a distancia de la UTE.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 4. A. Prestigio | <input type="checkbox"/> 4. F. Oferta de tutorías
presenciales |
| <input type="checkbox"/> 4. B. Recomendaciones | <input type="checkbox"/> 4. G. Ninguno de los
anteriores (indique
cuál_____) |
| <input type="checkbox"/> 4. C. Precio | |
| <input type="checkbox"/> 4. D. Oferta académica | |
| <input type="checkbox"/> 4. F. Horarios | |
| <input type="checkbox"/> 4. E. Convenio empresarial | |

5. Como institución de educación superior, califique al Sistema de educación a distancia.

- 5. a Excelente
- 5. b Bueno
- 5. c Regular
- 5. d Malo

6. Recomendaría usted estudiar en el Sistema de educación a distancia de la UTE.

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|

7. Indique, Qué le disgusta del servicio del Sistema de educación a distancia

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Servicio al cliente | <input type="checkbox"/> Tutores |
| <input type="checkbox"/> Que es lo que le disgusta del
servicio del sistema de
educación a distancia | <input type="checkbox"/> Infraestructura |
| <input type="checkbox"/> Atención al estudiante | <input type="checkbox"/> Falta de comunicación |
| | <input type="checkbox"/> Campus virtual |

Otro (indique cuál _____)

8. Califique el servicio al cliente que recibe como estudiante.

8. a Excelente 8. c Regular
 8. b Bueno 8. d Malo

9. Describiría a su Universidad como cumplidora con sus alumnos

9. a Si 9. b No

10. Califique cuan informado está de las actividades del SED

10. a Bien Informado 10. b Desinformado
 10. b Informado

11. Por qué medio usted recibe información del Sistema de educación a distancia

- Mailing Otros (Indique cual _____)
 Plataforma virtual
 Comentarios de profesores y/o compañeros

12. Califique la calidad de la Información recibida

12. a Excelente 12. c Regular
 12. b Bueno 12. d Malo

13. Por qué medio le gustaría recibir información del Sistema de educación a distancia.

13. a Mailing
 13. b Plataforma virtual
 13. c SMS
 13. d Facebook

14. Qué tipo de información le gustaría recibir por parte del Sistema de educación a distancia.

- Capacitaciones
- Novedades de la UTE
- Logros de los docentes
- Datos de los compañeros
- Bolsa de trabajo

Anexo 2: Encuesta administrativos.

El cuestionario es anónimo, por lo que solicito total sinceridad en sus respuestas, estas serán tratadas a nivel estadístico para mejorar los procesos comunicacionales del Sistema de educación a distancia

1. ¿Cuántos años trabaja en el Sistema de educación a distancia?

- 1-3 años 8-10 años
 4-7 años 10 o más

2. ¿Conoce la misión y la visión de la Universidad?

- Si No

3. Se identifica usted con los principios de la misión y visión de la Universidad

- Si No

4. Cómo percibe al Sistema de educación a distancia de la UTE

Como una institución educativa que se dedica a cumplir sus funciones y objetivos	
Como un hogar que se puede crecer como persona y como profesional	
Como una oportunidad laboral, donde un empleado se puede desarrollar profesionalmente	
Ninguno de los anteriores	
No posee ninguna percepción acerca de la institución	

5. De las siguientes opciones. Indique cuáles son las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia

- Licenciatura en marketing Licenciatura en publicidad
 Licenciatura en ciencias de la educación Licenciatura en administración de empresas
 Ingeniería en comercio exterior de recursos humanos

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas | <input type="checkbox"/> Licenciatura en Gastronomía |
| | <input type="checkbox"/> Licenciatura en Educación inicial |

6. De las siguientes opciones, indique el medio por el que usted recibe información sobre el SED.

- Correo Interno
- Plataforma virtual
- Teléfono
- Reuniones de área
- Memorando o cartas
- Otros - Indique cuál: _____

7. ¿Considera usted que la información que recibe, por parte del SED es útil para su trabajo diario?

- Muy útil
- Útil
- Poco útil
- Nada útil

8. Relacione el canal de comunicación con la frecuencia con la que recibe información por parte del SED.

	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Nunca
Correo Interno					
Plataforma Virtual					
Teléfono					
Reuniones de áreas					
Memorando o cartas					
Otros-Indique: _____					

9. Califique la calidad de los mensajes que recibe a través del SED.

Clara	Confusa	Oportuna	Tardía	Objetiva	Distorsionada	No conoce

10. De las siguientes opciones, ¿Por cuáles herramientas de comunicación le gustaría recibir información? Usted puede indicar más de una opción.

Revista interna	
Intranet	
Reuniones por área	
Mensajes de texto al celular	
Revista institucional	
Redes sociales	
Otro: Indique _____	

11. Según su criterio, indique que temas informa el Sistema de Educación a Distancia al personal administrativo.

Logros y reconocimientos del UTE	
Noticias y novedades	
Eventos y festividades	
Toma de decisiones	
Irregularidades y problemas	
Acciones de vinculación con la comunidad	
No comunica nada	

12. Considera usted que el SED requiere de un área especializada en comunicación

- Sí
- No
- Contamos ya con un área.

¡Gracias!

Anexo 3: Encuesta tutores

El cuestionario es anónimo, por lo que solicito total sinceridad en sus respuestas, estas serán tratadas a nivel estadístico para mejorar los procesos comunicacionales del Sistema de educación a distancia

1. ¿Cuántos años trabaja en el Sistema de educación a distancia?

- Menos de un año
- 1-3 años
- 4-7 años
- 8-10 años
- 10 o más

2. ¿Conoce la misión y la visión de la Universidad?

- Si
- No

3. ¿Se identifica usted con los principios de la misión y visión de la Universidad?

- Muy identificado/a
- Identificado/a
- Nada identificado/a

4. ¿Cómo percibe al Sistema de educación a distancia de la UTE?

Como una institución que se dedica a cumplir sus funciones y objetivos	
Como un hogar que se puede crecer como persona y como profesional	
Como una oportunidad laboral, donde un empleado se puede desarrollar profesionalmente	
Ninguno de los anteriores	
No posee ninguna percepción acerca de la UTE	

5. De las siguientes opciones. Indique cuáles son las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Licenciatura en Marketing | <input type="checkbox"/> Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas |
| <input type="checkbox"/> Licenciatura en Ciencias de la Educación | <input type="checkbox"/> Licenciatura en Gastronomía |
| <input type="checkbox"/> Ingeniería en Comercio Exterior | <input type="checkbox"/> Licenciatura en Educación inicial |
| <input type="checkbox"/> Licenciatura en publicidad | |
| <input type="checkbox"/> Licenciatura en Administración de empresas de Recursos Humanos | |

6. Califique usted la información recibe por parte del SED

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Muy útil | <input type="checkbox"/> Poco útil |
| <input type="checkbox"/> Útil | <input type="checkbox"/> Nada útil |

7. De las siguientes opciones, indique los medios por los cuáles usted recibe información sobre el SED.

- Correo interno
- Plataforma virtual
- Teléfono
- Reuniones de área
- Memorando o cartas
- Otros - Indique cuál:

8. Señale con una X la frecuencia con la que recibe información por parte del SED.

	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Nunca
Correo interno					
Plataforma virtual					
Teléfono					
Reuniones de áreas					
Memorando o cartas					
Otros- Indique:_____					

9. Marque con una X y califique la calidad de los mensajes que recibe por parte del SED.

Clara	Confusa	Oportuna	Tardía	Objetiva	Distorsionada	No conoce

10. De las siguientes opciones, ¿Por cuál herramienta de comunicación le gustaría recibir información del SED? Puede escoger más de una.

Revista interna	
Intranet	
Reuniones por área	
Mensajes de texto al celular	
Redes sociales	
Otro: Indique_____	

10. Indique qué temas informa el Sistema de educación a distancia, a los tutores.

Logros y reconocimientos del UTE	
Noticias y novedades	
Eventos y festividades	
Toma de decisiones	
Irregularidades y problemas	
Acciones de vinculación con la comunidad	
No comunica nada	

11. De las siguientes opciones, indique con una X el medio por el cual usted envía y recibe información de sus estudiantes.

Medio	Envía	Recibe
Correo interno		
Plataforma virtual		
Teléfono		
Tutorías		
Mensajes de texto		
Redes sociales		

Otros - Indique cuál: _____

12. Considera usted que el SED requiere de un área especializada en comunicación

- Sí
- No
- Contamos ya con un área

¡Gracias!

Anexo 4: Encuesta coordinadores.

El cuestionario es anónimo, por lo que solicito total sinceridad en sus respuestas, estas serán tratadas a nivel estadístico para mejorar los procesos comunicacionales del Sistema de educación a distancia

1. ¿Cuántos años trabaja en el Sistema de educación a distancia?

- Menos de un año
- 1-3 años
- 4-7 años
- 8-10 años
- 10 o más

2. ¿Conocen la misión y la visión de la Universidad?

- Si
- No (Si su respuesta es no, pase a la pregunta 4.)

3. ¿Se identifica usted con los principios de la misión y visión de la Universidad?

- Muy identificado/a
- Identificado/a
- Nada identificado/a

4. ¿Cómo percibe al Sistema de educación a distancia de la UTE?

Como una institución que se dedica a cumplir sus funciones y objetivos	
Como un hogar que se puede crecer como persona y como profesional	
Como una oportunidad laboral, donde un empleado se puede desarrollar profesionalmente	
Ninguno de los anteriores	
No posee ninguna percepción acerca de la UTE	

5. De las siguientes opciones. Indique cuáles son las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Licenciatura en marketing | <input type="checkbox"/> Licenciatura en administración de empresas turísticas |
| <input type="checkbox"/> Licenciatura en ciencias de la educación | <input type="checkbox"/> Licenciatura en gastronomía |
| <input type="checkbox"/> Ingeniería en comercio exterior | <input type="checkbox"/> licenciatura en educación inicial |
| <input type="checkbox"/> Licenciatura en publicidad | |
| <input type="checkbox"/> licenciatura en administración de empresas de recursos humanos | |

6. Califique usted la información recibe por parte del SED.

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Muy útil | <input type="checkbox"/> Poco útil |
| <input type="checkbox"/> Útil | <input type="checkbox"/> Nada útil |

7. De las siguientes opciones, indique los medios por los que usted recibe información sobre el SED.

- Correo interno
- Plataforma virtual
- Teléfono
- Reuniones de área
- Memorando o cartas
- Otros - Indique cuál:

8. Señale con una X la frecuencia con la que recibe información por parte del SED.

	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Nunca
Correo interno					
Plataforma virtual					
Teléfono					
Reuniones de áreas					
Memorando o cartas					
Otros-Indique					

9. Marque con una X y califique la calidad de los mensajes que recibe por parte del SED.

Clara	Confusa	Oportuna	Tardía	Objetiva	Distorsionada	No conoce

10. De las siguientes opciones, ¿Por cuál herramienta de comunicación le gustaría recibir información del SED? Puede escoger más de una

Revista interna	
Intranet	
Reuniones por área	
Mensajes de texto al celular	
Redes sociales	
Otro: Indique _____	

11. Según su criterio, indique que temas informa el Sistema de educación a distancia, a los tutores.

Logros y reconocimientos del UTE	
Noticias y novedades	
Eventos y festividades	
Toma de decisiones	
Irregularidades y problemas	
Acciones de vinculación con la comunidad	
No comunica nada	

12. De las siguientes opciones, indique con una X el medio por el que usted envía y recibe información de sus estudiantes.

Medio	Envía	Recibe
Correo interno		
Plataforma virtual		
Teléfono		
Tutorías		
Mensajes de texto		
Redes sociales		

Otros - Indique cuál: _____

13. De las siguientes opciones, indique con una X el medio por el que usted envía y recibe información de sus tutores.

Medio	Envía	Recibe
Correo interno		
Plataforma virtual		
Teléfono		
Tutorías		
Mensajes de texto		
Redes sociales		

Otros - Indique cuál: _____

14. Considera usted que el Sed requiere de un área especializada en comunicación

- Sí
- No
- Contamos ya con un área

¡Gracias!

Anexo 5: Entrevista Mat. Mauricio García, Director del SED.

- ¿Cuántos años funciona el Sistema de educación a distancia?

El Sistema de educación a distancia funciona desde el año 1999, actualmente ha reducido algunas carreras; especialmente menciones en ciencias de la educación, debido a todas las políticas universitarias tomadas por el gobierno.

- Para usted ¿Cuáles son las carreras con más trayectoria del Sistema de educación a distancia?

En este punto, Licenciatura en ciencias básicas coordinada por Lilian Jaramillo y Recursos Humanos liderada por Máster Eve Cerón. Son las dos carreras que tienen mayor número de estudiantes y que van creciendo.

- ¿Conoce los canales de comunicación que tiene el Sistema con sus estudiantes?

La plataforma de la UTE que ayuda a contactarse entre profesores, autoridades con los estudiantes para cualquier anuncio, asunto, o novedad.

- ¿Cómo es el uso de la plataforma en la relación entre tutores?

Es mediante el estudio de la organización, áreas académicas profesional responsable y él es que mediante esa comisión dicta profesionales para cada área.

- Según su criterio ¿Cuál es el factor diferenciador de la UTE frente a otras universidades?

Básicamente, el aporte es que nosotros tomamos un examen de ingreso; como se toma en la modalidad presencial, esto ayuda a que exista un grado de mejora en el recibimiento de los bachilleres o personas, que en nuestro caso son personas maduras que necesitan prepararse.

- Describa los beneficios que tienen los estudiantes del Sistema de modalidad a Distancia de la UTE.

Lograr que el estudiante vaya a su ritmo y que pueda escoger las materias con un mínimo de tres por cada semestre. Esto ayuda para que el estudiante vaya incursionando poco a poco en esta modalidad. Todos los materiales se encuentran plasmados en la plataforma durante el semestre y tiene un

mecanismo asincrónico para que el alumno pueda estudiar en la noche; al estar los vídeos colgados, el estudiante puede revisar los vídeos de los profesores, existen vídeos de diferentes temas y el estudiante puede aclarar sus dudas a través de los vídeos.

- ¿Cuál es la diferencia de estudiar presencial frente a distancia en la UTE?

La condición económica en presencial es onerosa, sin embargo una de las características es que el estudio tiene ya práctica pre profesional puesto que están constantemente en el trabajo, esto ayuda a que ellos asimilen la parte científica. Según la estadística está comprobado que el 90% de los estudiantes están trabajando y el 80% de ellos trabajan en su profesión. En lo que están estudiando.

- ¿Cómo ve el Sistema de educación a distancia en 5 años?

Utilizando la tecnología de punta, considero que deberíamos dar una modalidad virtual sin embargo eso se regirá por que los estudiantes tengan que estar mejor preparados el área tecnológica y es el futuro de la universidades de educación a distancia.

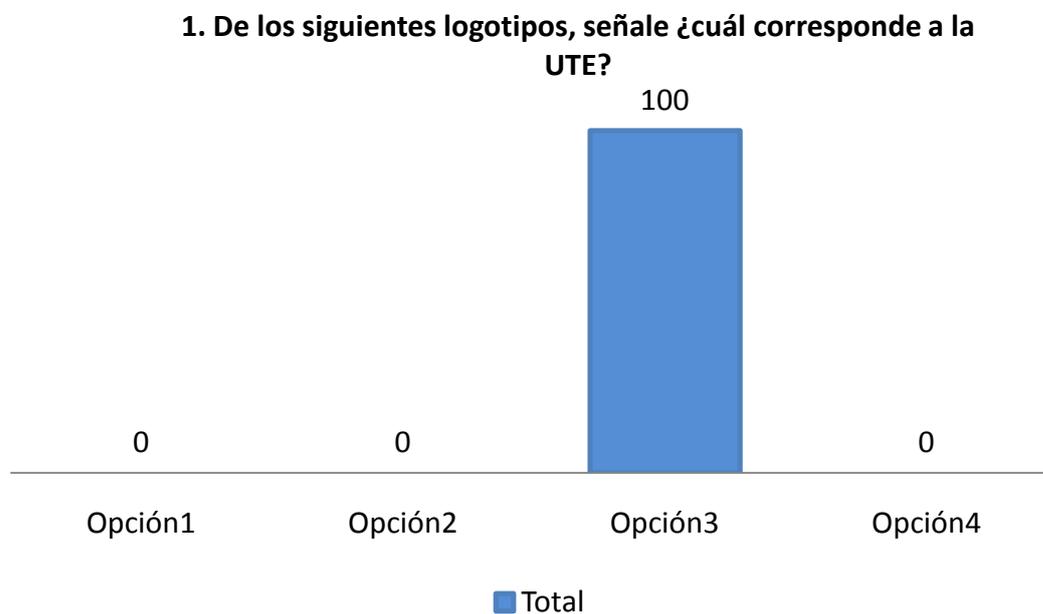
- Esto quiere decir que se crearán nuevas carreras en el sistema de educación a distancia

Si se tiene pensado en base a las carreras que hay en presencial de acuerdo a lo que dice la Ley, sin embargo, queremos dar mayor posibilidades en la maestría es decir crear maestrías en Administración educativa, menciones en Matemáticas, Ciencias Naturales y Lenguaje y Comunicación la finalidad que los profesores puedan acceder a estas maestrías y puedan dar en los cursos de primero a tercero y de cuarto a sexto.

Anexo 6: Resultados estudiantes

Encuestas estudiantes:

1. De los siguientes logotipos, señale ¿Cuál es el que corresponde a la UTE?				
	Opción1	Opción2	Opción3	Opción4
Total	0	0	207	0
Porcentaje	0%	0%	100%	0%

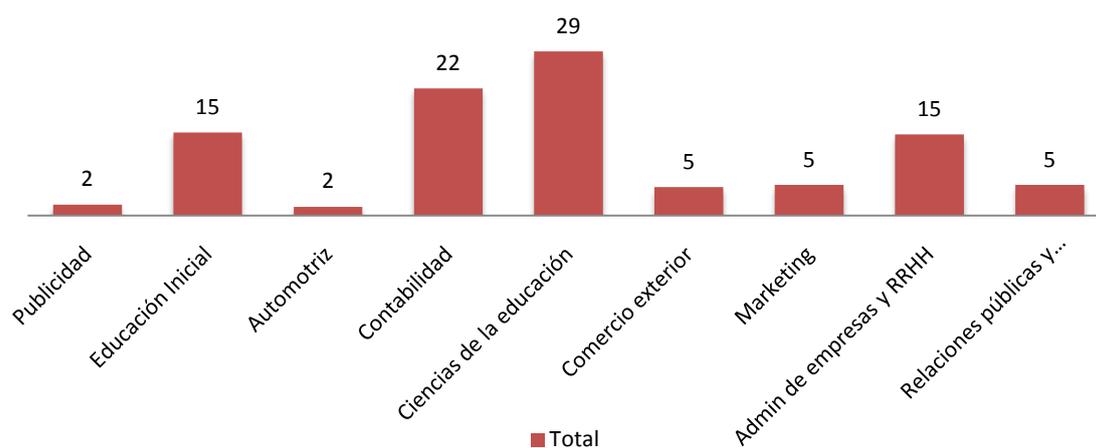


La opción 3 es el logotipo actual de la Universidad, todos los entrevistados lo identificaron así.

De las cuatro opciones de logotipos indicadas en la encuesta, se determina que el 100% identifica el logotipo de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

2. De las siguientes opciones, seleccione las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia										
	Publicidad	Educación Inicial	Automotriz	Contabilidad	Ciencias de la educación	Comercio exterior	Marketing	Admin. de empresas y RRHH	Relaciones públicas y comunicación	
Total	10	76	8	116	150	26	28	74	28	516
Porcentaje	2%	15%	2%	22%	29%	5%	5%	15%	5%	100%

2. De las siguientes opciones, seleccione las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia

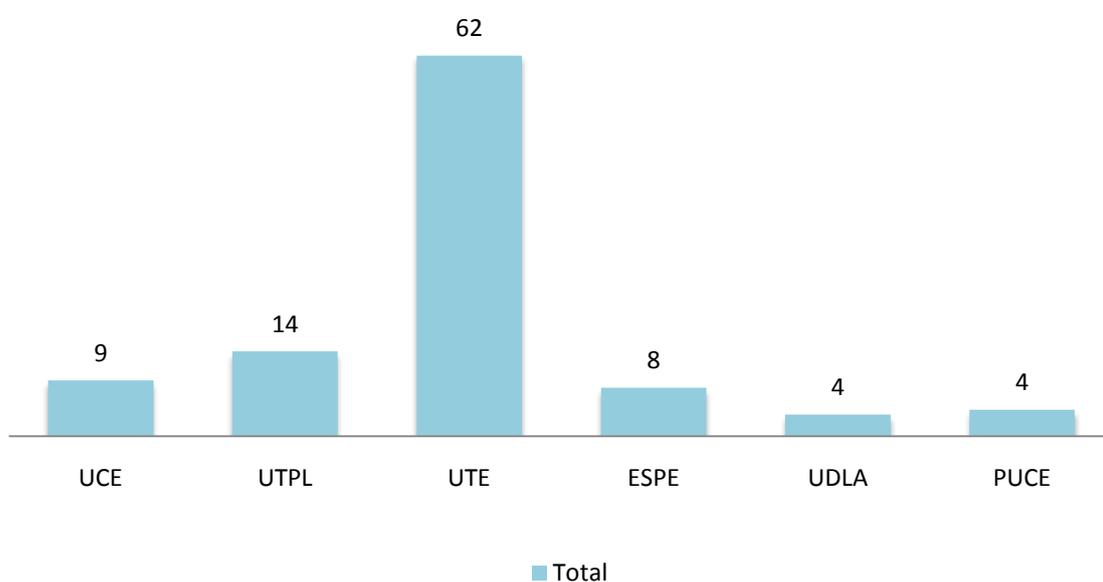


Los estudiantes reconocen la oferta académica actual del Sistema de educación a distancia con: un 22% identifican a Contabilidad, el 29% a Ciencias de la Educación, 15% Educación inicial y 14% Administración de Empresas y Recursos Humanos. El 19% restante indica carreras que no oferta el Sistema de educación a distancia.

Por ello, se puede concluir que la mayoría de los estudiantes conocen la oferta académica del SED.

3. Señale la mejor opción para estudiar en modalidad a distancia							
	UCE	UTPL	UTE	ESPE	UDLA	PUCE	
Total	23	35	157	20	9	11	255
Porcentaje	9%	14%	62%	8%	4%	4%	100%

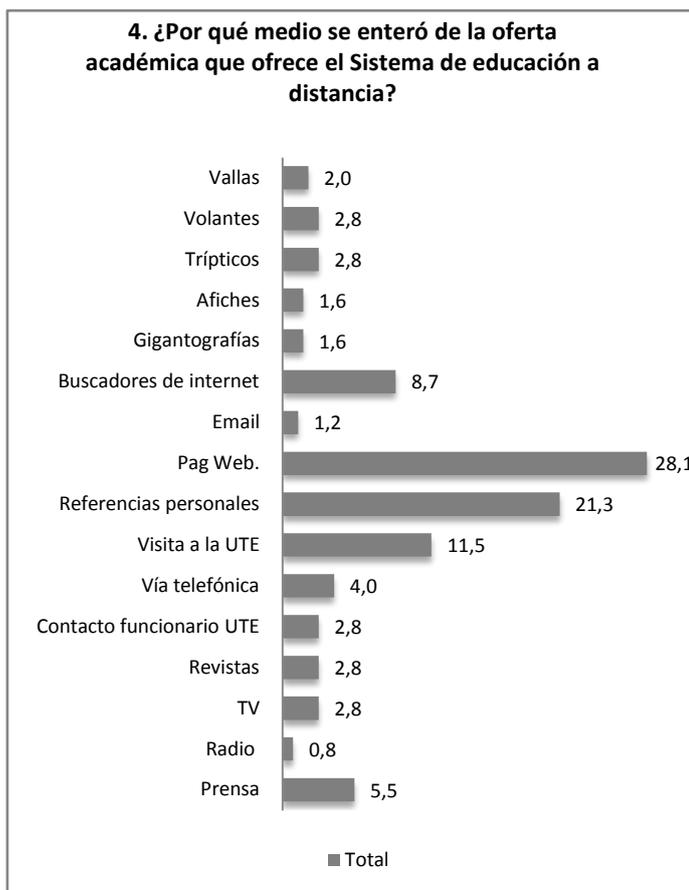
3. Señale la mejor opción para estudiar en modalidad a distancia



Los estudiantes indican que, en el rango de las tres mejores universidades para estudiar en modalidad a distancia se encuentran: con un 62% la UTE, le sigue la UTPL con un 14% y la ESPE con un 8%.

Los estudiantes reconocen a la UTE como la mejor opción para estudiar a Distancia.

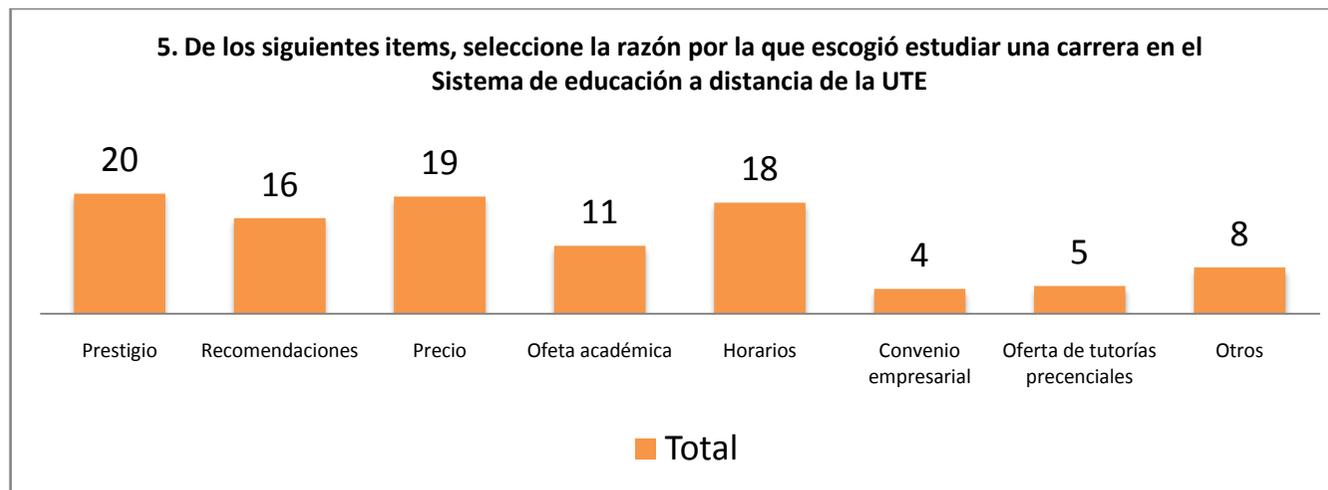
4. ¿Por qué medio se enteró de la oferta académica que ofrece el Sistema de educación a distancia?		
Prensa	14	5,5%
Radio	2	0,8%
TV	7	2,8%
Revistas	7	2,8%
Contacto funcionario UTE	7	2,8%
Vía telefónica	10	4,0%
Visita a la UTE	29	11,5%
Referencias personales	54	21,3%
Pág Web.	71	28,1%
Email	3	1,2%
Buscadores de internet	22	8,7%
Gigantografías	4	1,6%
Afiches	4	1,6%
Trípticos	7	2,8%
Volantes	7	2,8%
Vallas	5	2,0%
Total	253	100%



Los estudiantes se informaron de la oferta académica del Sistema de educación a distancia en un 28,1% por medio de la página web de la Universidad, un 21,3% por medio de referencias personales y el 11,5% por visitas a la Universidad. Se concluye que dentro de las herramientas de promoción la página web es la más visitada.

5. De los siguientes ítems, seleccione la razón por la que escogió estudiar una carrera en el Sistema de educación a distancia de la UTE

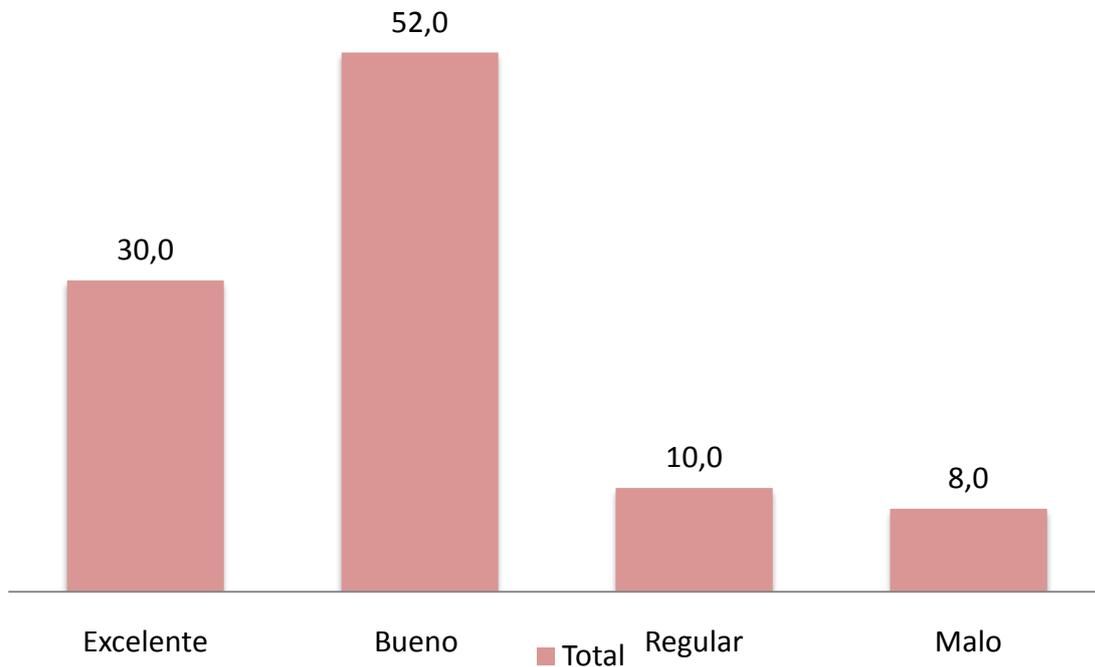
	Prestigio	Recomendaciones	Precio	Oferta académica	Horarios	Convenio empresarial	Oferta de tutorías presenciales	Otros	
Total	41	31	40	23	37	9	10	16	207
Porcentaje	20%	15%	19%	11%	18%	4%	5%	8%	100%



Los estudiantes del SED indican que eligieron a la UTE en un 20% por prestigio, 19% por precio y 18% por los horarios. La trayectoria del SED más los precios establecidos por la UTE son un factor decisivo para elegir estudiar en la UTE.

6. De las siguientes opciones, califique el servicio del Sistema de educación a distancia como institución de educación superior					
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	
Total	60	107	22	18	207
Porcentaje	30%	52%	10%	9%	100%

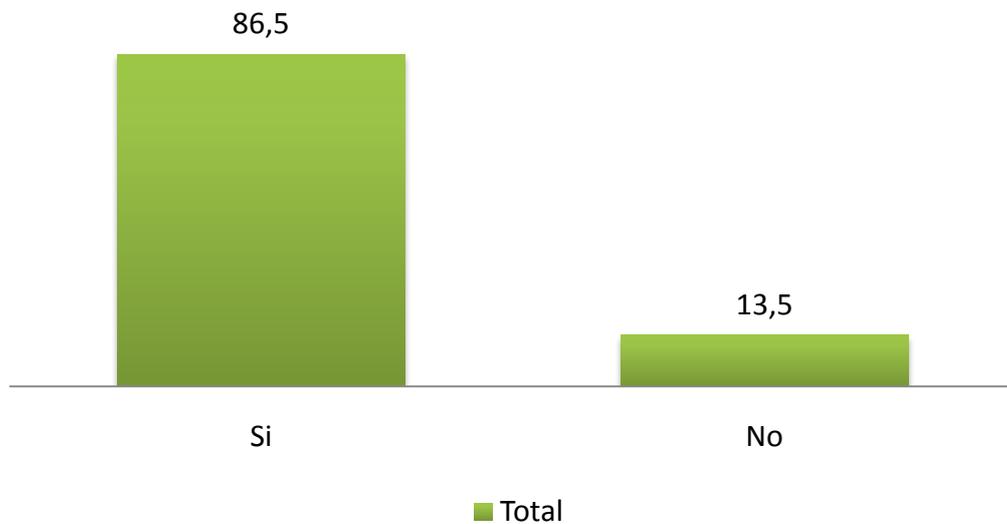
6. De las siguientes opciones, califique el servicio del Sistema de educación a distancia como institución de educación superior



Los estudiantes califican al servicio del Sistema de educación a distancia con 52% como bueno, un 30% con excelente y el 10% como regular. Por lo que se puede concluir que el servicio del SED es bueno.

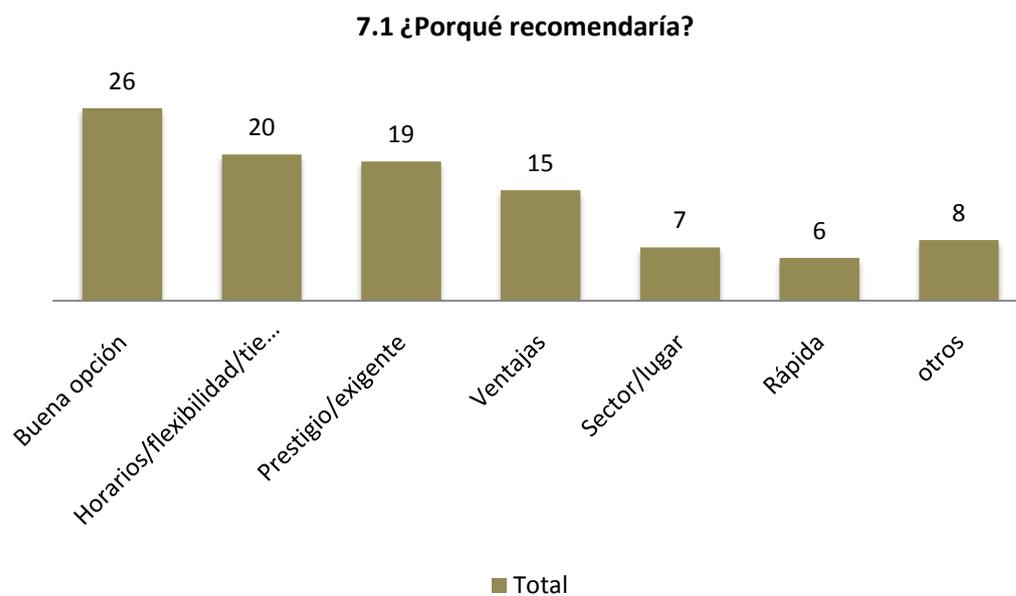
7. ¿Recomendaría usted a alguna persona conocida estudiar en el Sistema de educación a distancia de la UTE?			
	Si	No	
Total	177	29	206
Porcentajes	86,5%	13,5%	100%

7. ¿Recomendaría usted a alguna persona conocida estudiar en el Sistema de educación a distancia de la UTE?



El 86,5% de los estudiantes indican que sí recomendarían estudiar en el Sistema de educación a distancia, contra un 13,5% que no lo recomienda. Se concluye que los estudiantes del SED pueden ser referentes de la calidad académica del SED.

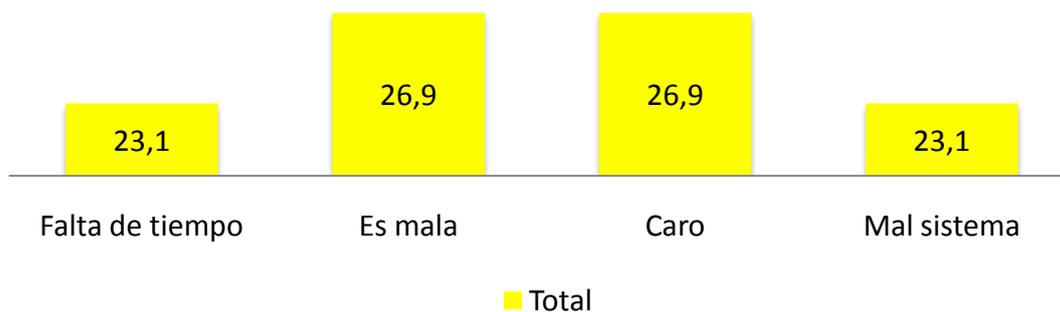
7.1 ¿Por qué recomendaría?								
	Buena opción	Horarios/ flexibilidad/ tiempo	Prestigio/ exigente	ventajas	Sector/ lugar	Carrera rápida	Otros	
Total	54	41	39	31	15	12	17	209
Porcentaje	26%	20%	19%	15%	7%	6%	8%	100%



Las tres características que más han elegido los estudiantes del por qué recomendarían estudiar en el SED són, con el 26% al ser una buena opción de estudio, 20% por sus horarios, flexibilidad y tiempo y con el 19% por su prestigio y exigencia. Se puede decir que los estudiantes califican al SED como una buena opción para recibir sus estudios a distancia.

7.1 ¿Por qué no recomendaría?					
	Falta de tiempo	Es mala	Caro	Mal sistema	
Total	6	8	8	7	29
Porcentaje	23,1%	26,9%	26,9%	23,1%	100%

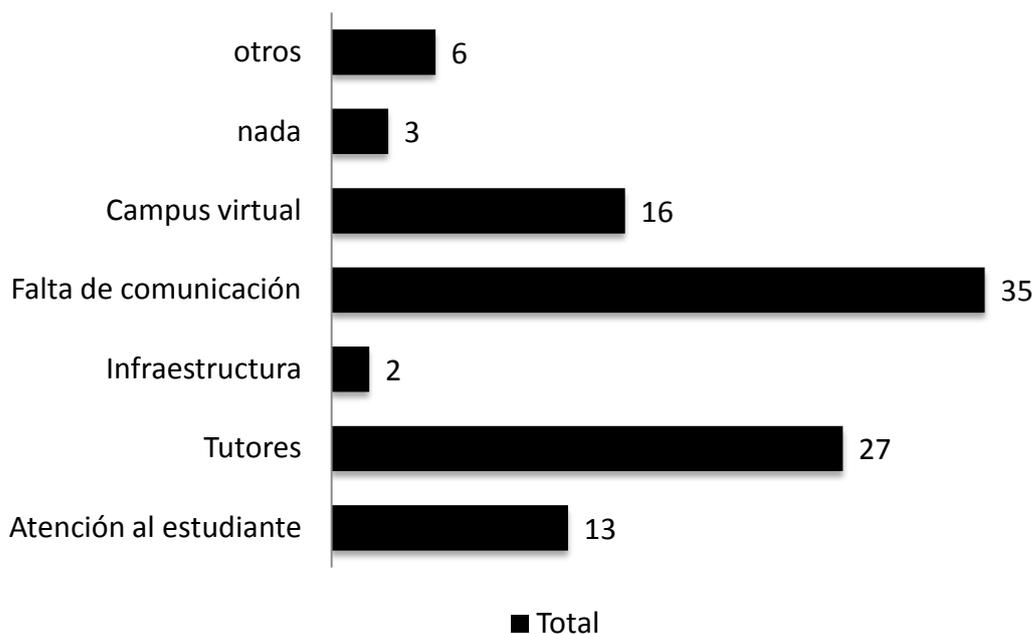
7.2 ¿Porqué no recomendaría?



De los estudiantes que no recomendarían el SED, seleccionaron el 26,9% por mala y por precios caros y el 23,1% indica que por un mal manejo del sistema y por falta de tiempo de los estudiantes.

8. Indique ¿qué le disgusta del servicio de educación a distancia de la UTE?								
	Atención al estudiante	Tutores	Infraestructura	Falta de comunicación	Campus virtual	Nada	otros	
Total	25	54	4	69	31	6	11	200
Porcentaje	13%	27%	2%	35%	16%	3%	6%	100%

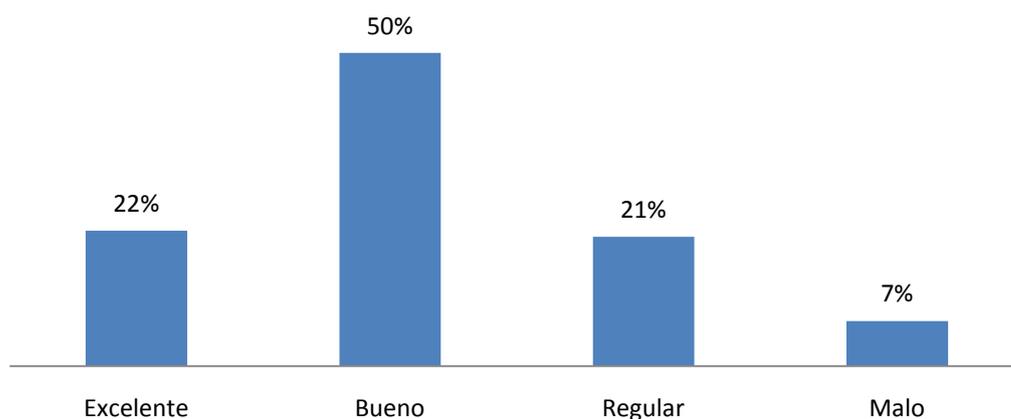
8. Indique ¿qué le disgusta del servicio de educación a distancia de la UTE?



EL 35% de los estudiantes indicaron que les disgusta la falta de comunicación y el 27% indica no estar satisfechos con los tutores del servicio del SED de la UTE. Se puede percibir que un factor importante en lo que les disgusta es la falta de comunicación.

9. Califíque el servicio al cliente que recibe como estudiante					
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	
Total	45	104	43	15	207
Porcentaje	22%	50%	21%	7%	100%

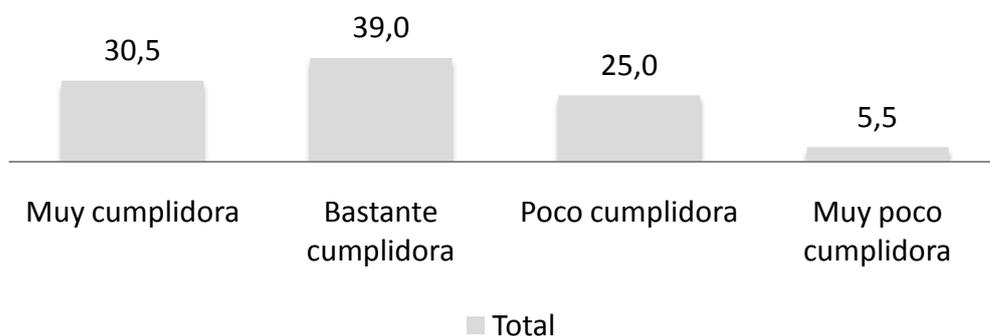
9. Califíque el servicio al cliente que recibe como estudiante



El 50% de la muestra califica como bueno al servicio del SED contra un 22% que lo califica como excelente y apenas un 7% lo describe como un servicio al cliente malo. Con esto se deduce que el servicio al cliente del Sistema de educación a distancia es bueno.

10. ¿Describe a su universidad como cumplidora con sus alumnos?					
	Muy cumplidora	Bastante cumplidora	Poco cumplidora	Muy poco cumplidora	
Total	63	80	52	12	207
Porcentaje	30,5%	39%	25%	5,5%	100%

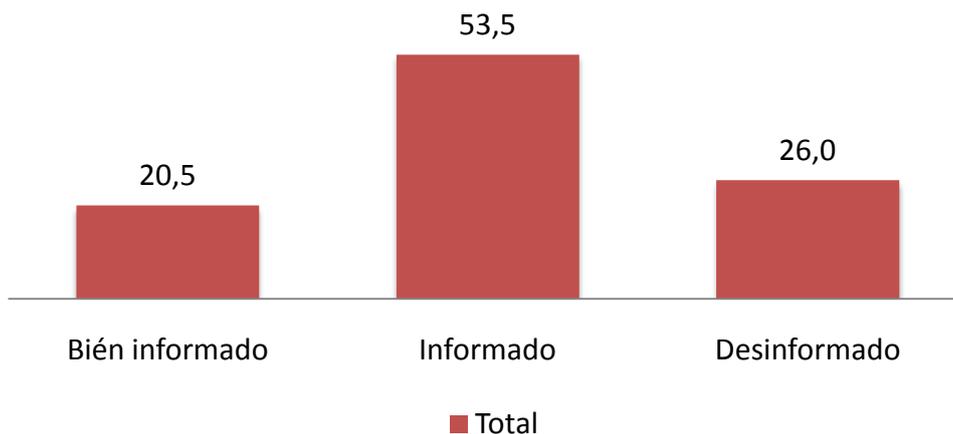
10. ¿Describe a su universidad como cumplidora con sus alumnos?



El 39% de los estudiantes describieron a la UTE como bastante cumplidora con sus estudiantes. Un 30,5% la describen como muy cumplidora, ante un 25% y un 5% que no se encuentran satisfechos con la promesa de servicio que recibieron del SED. Esto indica que la mayoría de los encuestados se encuentran satisfechos con la promesa de servicio académico que se ofreció.

11. Califiqué cuán informado considera usted que se encuentra de las actividades del SED				
	Bien informado	Informado	Desinformado	
Total	43	111	53	207
Porcentaje	20,5%	53,5%	26%	100%

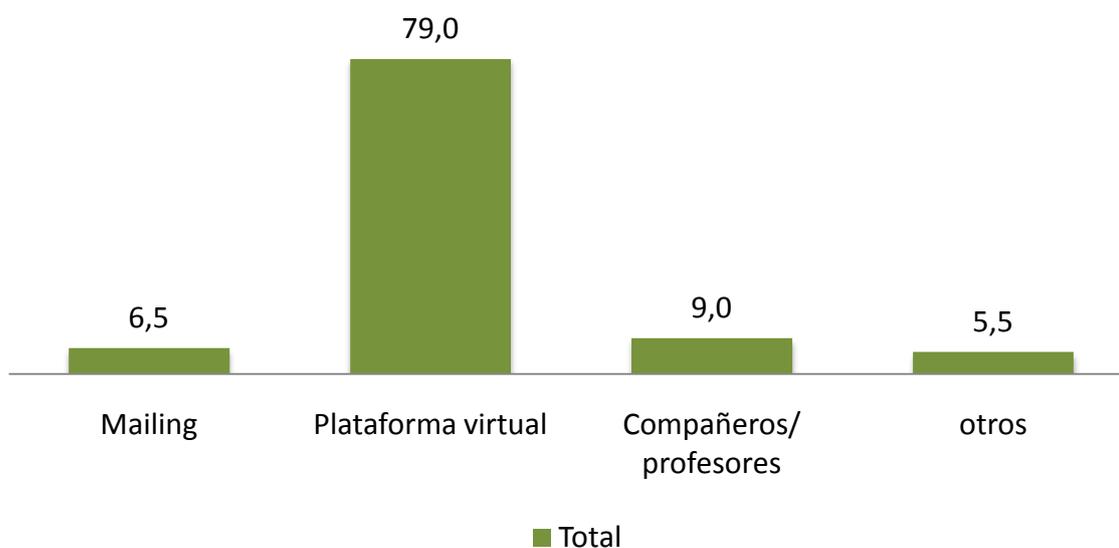
11. Califiqué cuán informado considera usted que se encuentra de las actividades del SED



El 53,5% de los estudiantes consideran que están informados de las actividades del SED, ante un 26% que dicen estar desinformados. Se concluye que los estudiantes en su mayoría, se sienten informados.

12. ¿Por qué medio recibe usted información del SED?					
	Mailing	Plataforma virtual	Compañeros/ profesores	otros	
Total	15	160	20	12	207
Porcentaje	6,5%	79%	9%	5.5%	100%

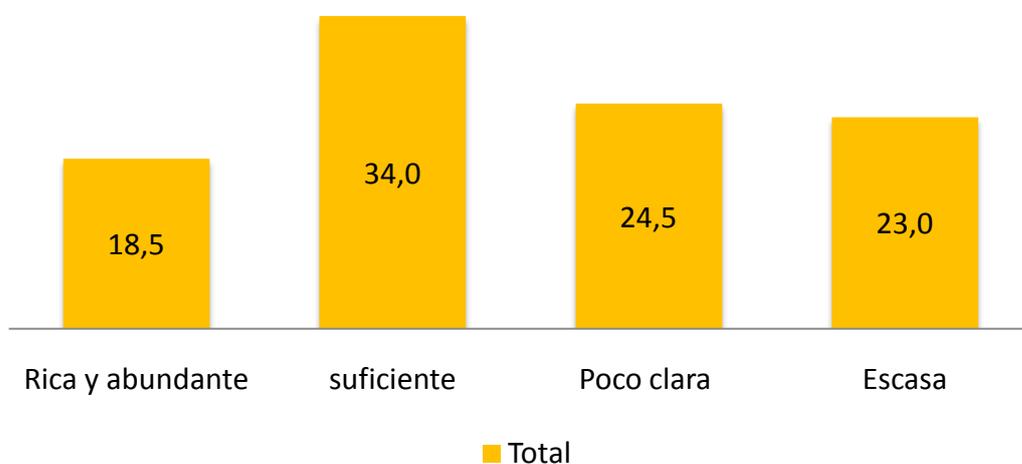
12. ¿Por qué medio recibe usted información del SED?



Un 79% recibe información del SED a través de la plataforma virtual, ante 6,5% que reciben Mailing, 9% por medio de compañeros y profesores y un 5,5% por otros medios. El principal medio por donde los estudiantes del SED reciben información es la plataforma virtual.

13.1 Marque con una X la calidad de la información recibida según el canal (MAILING)					
	Rica y abundante	suficiente	Poco clara	Escasa	
Total	39	71	51	46	207
Porcentaje	18,5%	34%	24,5%	23%	100%

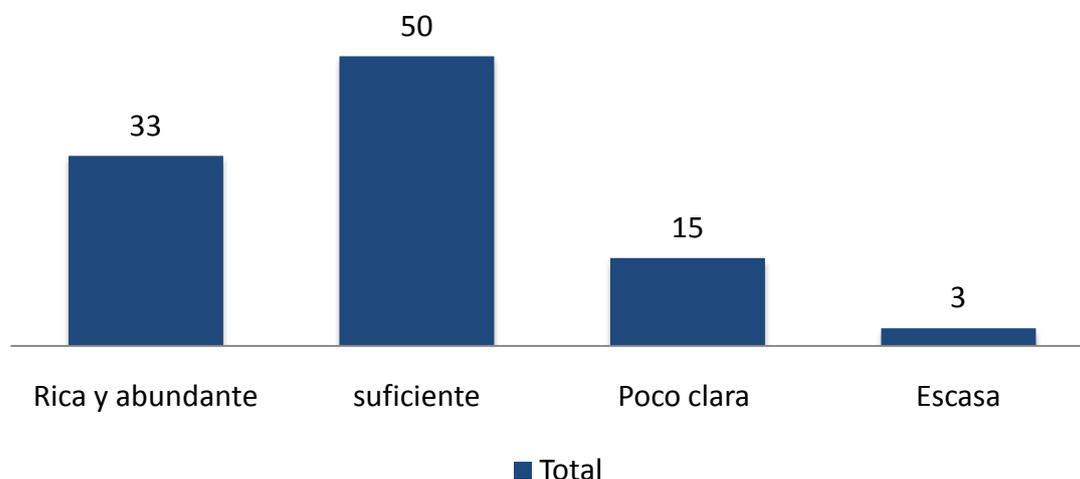
13.1 Marque con una X la calidad de la información recibida según el canal (MAILING)



El 34% de los estudiantes califican como suficiente la información enviada por correo. Pero un 24,5% indica que es poco clara, 23% que es escasa y un 18,5% que es rica y abundante. Los resultados indican que los estudiantes reciben una información suficiente aunque es poco clara.

13.2 Marque con una X la calidad de la información recibida según el canal (plataforma virtual)					
	Rica y abundante	suficiente	Poco clara	Escasa	
Total	67	102	31	7	207
Porcentaje	33%	50%	15%	3%	100%

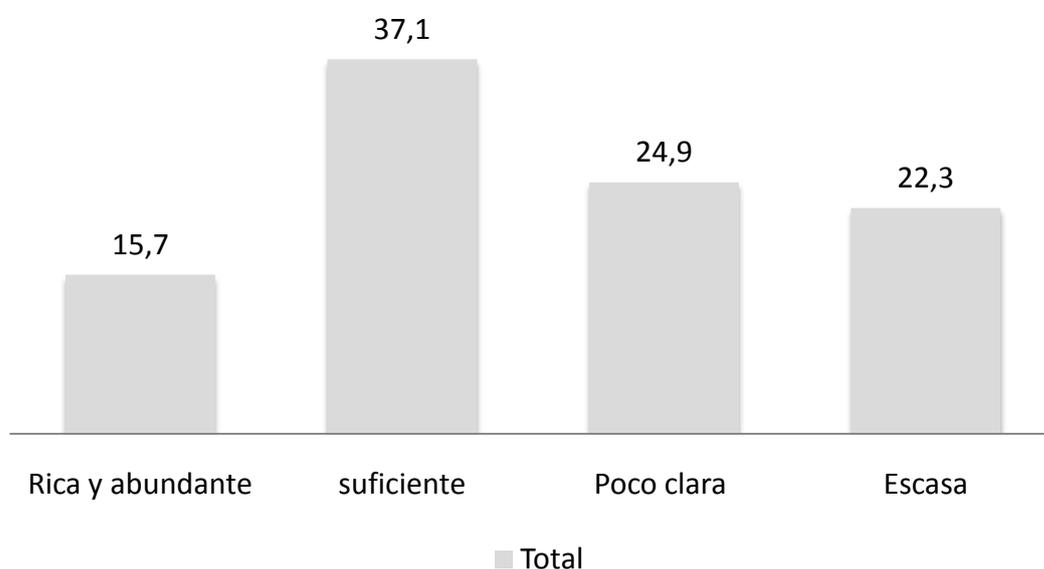
13.2 Marque con una X la calidad de la información recibida según el canal (plataforma virtual)



El 50% de los estudiantes calificaron como suficiente y el 33% como rica y abundante la información enviada desde la plataforma virtual. Para el 15% es poco clara y el 3% indica que es escasa. Por lo tanto, la plataforma virtual es el mejor medio de comunicación para los estudiantes.

13.3 Marque con una X la calidad de la información recibida según el canal (comentarios de profesores y compañeros)					
	Rica abundante y	suficiente	Poco clara	Escasa	
Total	31	73	49	44	197
Porcentaje	15,7%	37,1%	24,9%	22,3%	100%

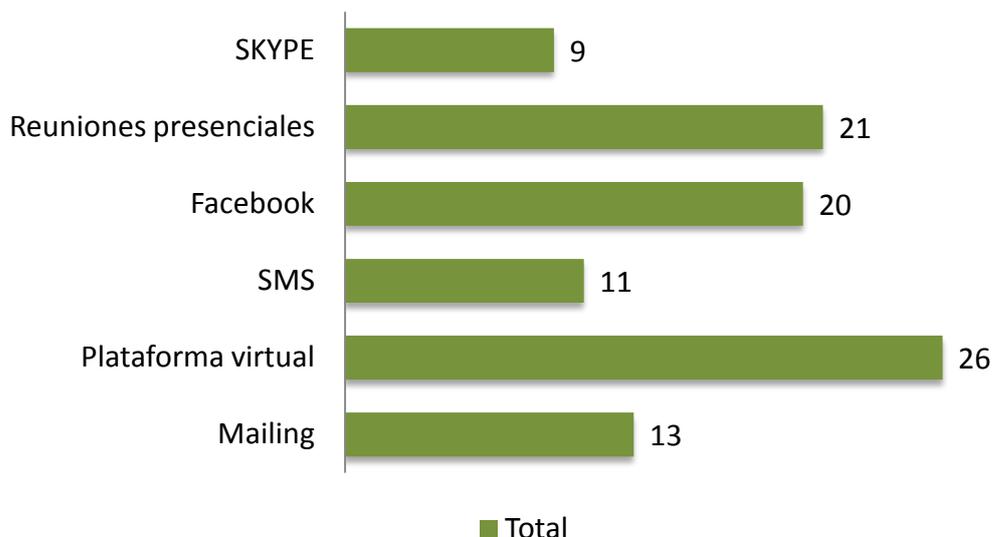
13.3 Marque con una X la calidad de la información recibida según el canal (comentarios de profesores y compañeros)



El 37% de estudiantes del SED califican la calidad de la información recibida por comentarios de profesores y compañeros como suficiente. El 24,9% como poco clara, 22,3% indica que es escasa y el 15,7% indica que es rica y abundante. Se concluye que la información es suficiente, sin embargo hay que mejorarla debido a que el contacto personal entre ellos es escaso y la información dada no es comprendida por los estudiantes.

14. ¿Por qué medio le gustaría recibir información del SED?							
	Mailing	Plataforma virtual	SMS	Facebook	Reuniones presenciales	SKYPE	
Total	29	60	24	46	48	21	228
Porcentaje	13%	26%	11%	20%	21%	9%	100%

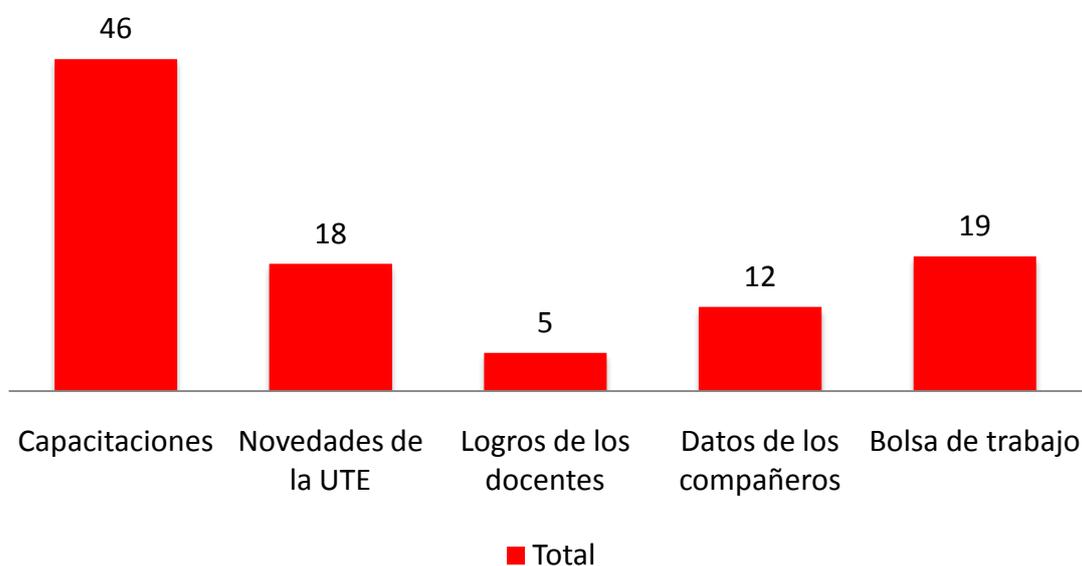
14. Por qué medio le gustaría recibir información del SED



El 26% de los estudiantes indican que la herramienta, por donde les gustaría recibir información, es por la plataforma virtual, siguiendo un 21% en reuniones presenciales, 20% por Facebook, 13% mailing y un 11% por servicio de mensajería móvil (SMS). Se reconoce, según los resultados que la plataforma virtual es el medio preferencial por el que les gustaría recibir información. Siendo los otros un complemento a este.

15. De las siguientes opciones, seleccione qué tipo de información le gustaría recibir por parte del SED						
	Capacitaciones	Novedades de la UTE	Logros de los docentes	Datos de los compañeros	Bolsa de trabajo	
Total	138	53	16	35	56	298
Porcentaje	46%	18%	5%	12%	19%	100%

15. De las siguientes opciones, seleccione qué tipo de información le gustaría recibir por parte del SED

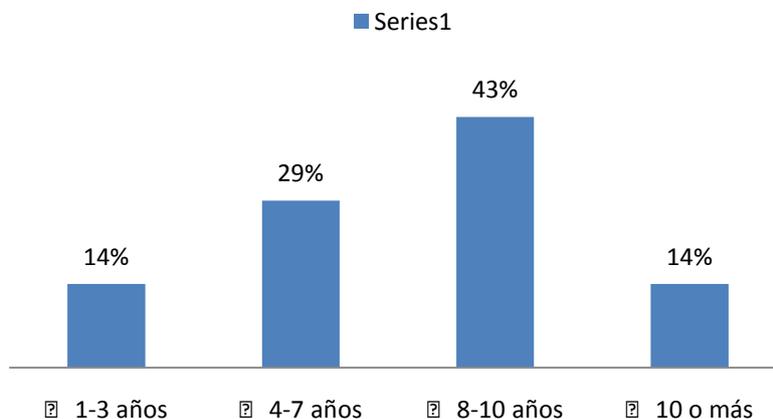


El 46% de los estudiantes indica que quiere recibir información sobre capacitaciones, el 19% sobre bolsa de trabajo, el 18% sobre novedades de la UTE, 12% datos de los compañeros y 5% logros de los docentes. A los estudiantes del SED les gustaría recibir información de toda índole de su Universidad, principalmente de capacitaciones.

Anexo 7: Resultados administrativos

1. ¿Cuántos años trabaja en el Sistema de educación a distancia?		
1-3 años	1	14%
4-7 años	2	29%
8-10 años	3	43%
10 o más	1	14%
Total	7	100%

1. ¿Cuántos años trabaja en el Sistema de educación a distancia?

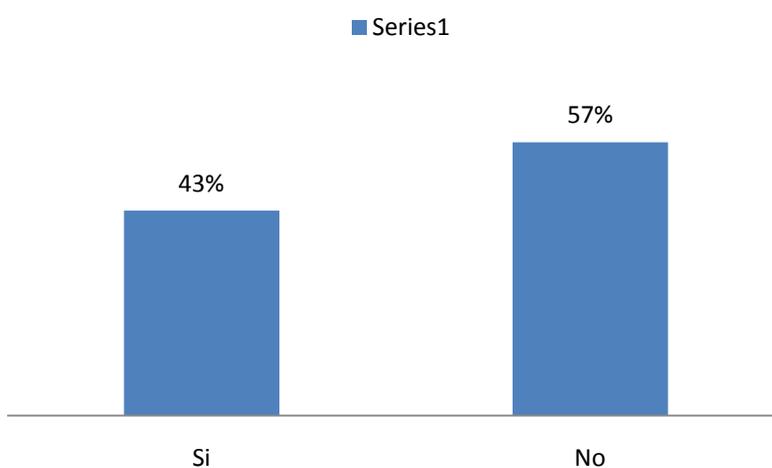


Como se puede observar en el gráfico, el 43% del personal administrativo trabaja de 8 a 10 años en la institución. Mientras que el 29% dice trabajar entre 4 a 7 años, 14% trabaja en entre 1 a 3 años y otro 14% trabaja 10 años o más.

Lo que nos indica que la mayoría del personal administrativo ha aportado a la institución entre 8 a 10 años.

2. ¿Conoce la misión y la visión de la Universidad?		
Sí	3	43%
No	4	57%
Total	7	100%

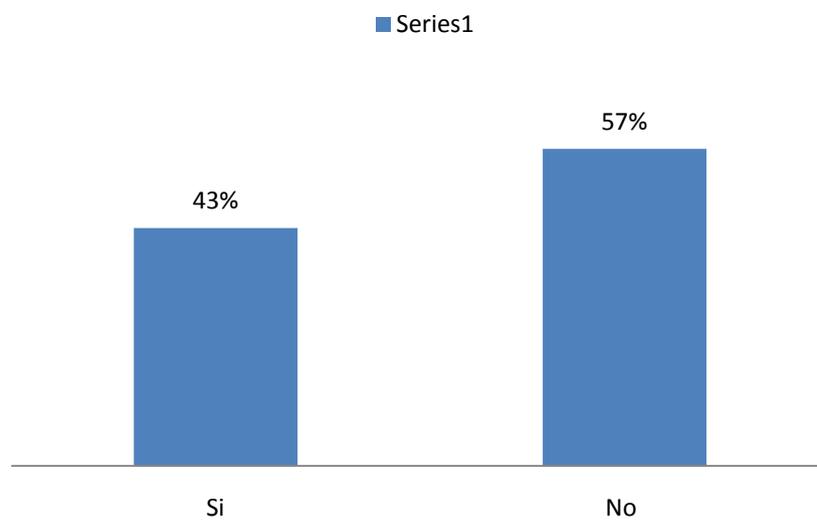
2. ¿Conoce la misión y la visión de la Universidad?



El 57% del personal administrativo entrevistado no conoce la misión y visión de la UTE frente a 43% que menciona que sí la conoce. Esta estadística indica que más de la mitad de colaboradores no conocen la misión y visión de la Institución.

3. ¿Se identifica usted con los principios de la misión y visión de la Universidad?		
Sí	3	43%
No	4	57%
Total	7	100%

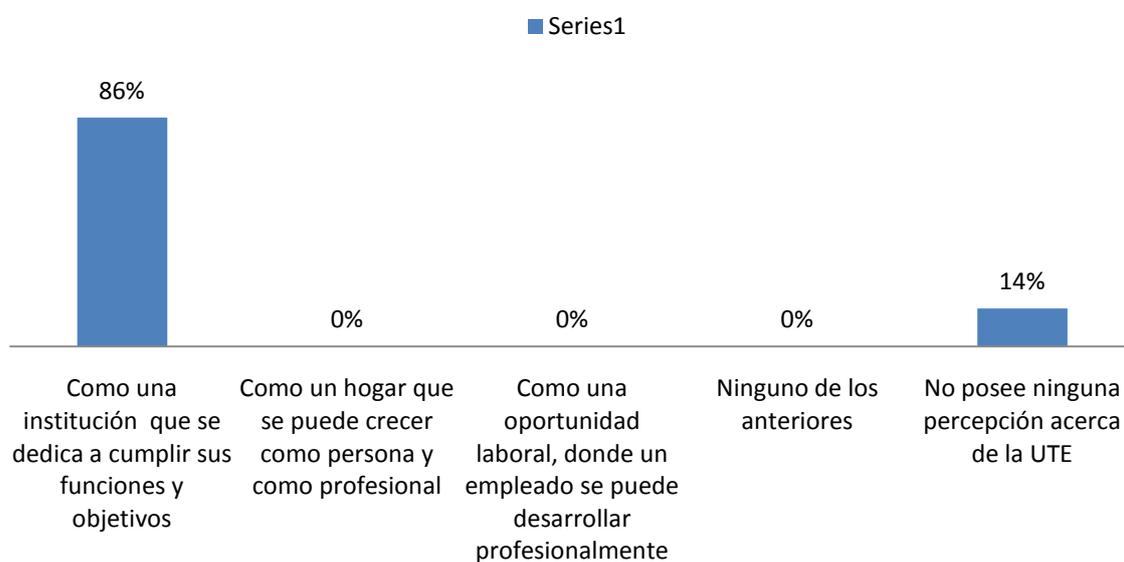
3. ¿Se identifica usted con los principios de la misión y visión de la Universidad?



El 57% de los encuestados indican que no se sienten identificados con la misión y visión de la institución frente a un 43% que se siente identificado. Por lo que se puede concluir que el personal administrativo que no conoce la misión y visión de la misma no se siente identificado por la misma.

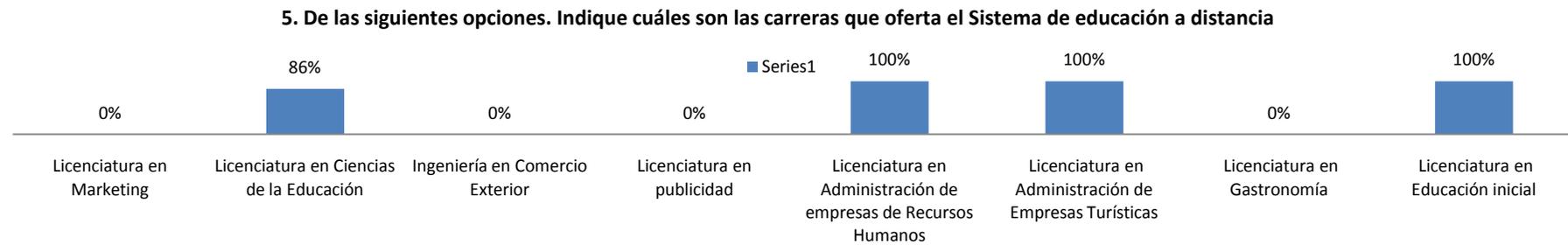
4. ¿Cómo percibe al Sistema de educación a distancia de la UTE?		
Como una institución que se dedica a cumplir sus funciones y objetivos	6	86%
Como un hogar que se puede crecer como persona y como profesional	0	0%
Como una oportunidad laboral, donde un empleado se puede desarrollar profesionalmente	0	0%
Ninguno de los anteriores	0	0%
No posee ninguna percepción acerca de la UTE	1	14%
Total:	7	100%

4. ¿Cómo percibe al Sistema de educación a distancia de la UTE?



El 86% del personal administrativo percibe a la institución como un lugar que se dedica a cumplir sus funciones y objetivos, frente a un 14% que no tiene percepción alguna. Se puede concluir que el 86% percibe a la Universidad como una institución que cumple con sus objetivos y funciones.

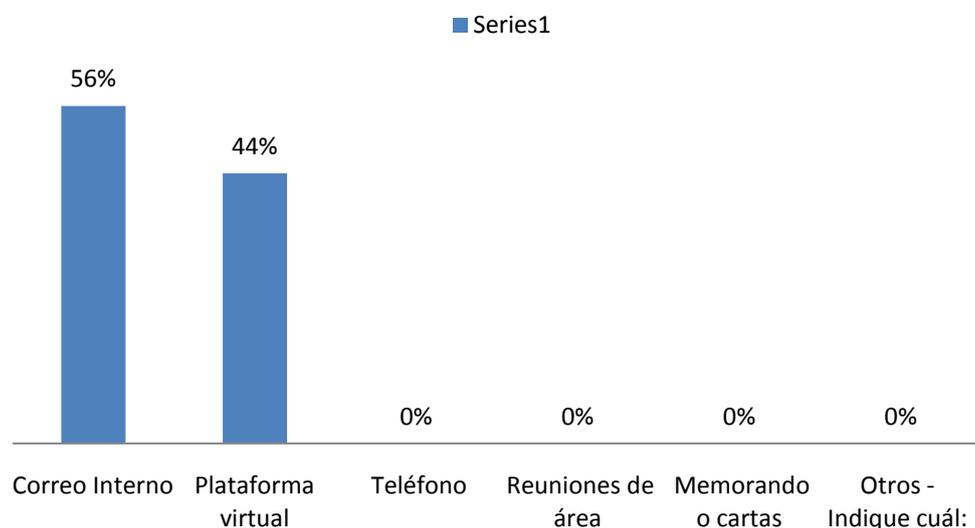
5. De las siguientes opciones. Indique cuáles son las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia		
Licenciatura en marketing	0	0%
Licenciatura en ciencias de la educación	6	86%
Ingeniería en comercio exterior	0	0%
Licenciatura en publicidad	0	0%
Licenciatura en administración de empresas de recursos humanos	7	100%
Licenciatura en administración de empresas turísticas	7	100%
Licenciatura en gastronomía	0	0%
Licenciatura en educación inicial	7	100%



El 100% del personal administrativo identificó las carreras de: Licenciatura en administración de empresas y recursos humanos, Licenciatura en administración de empresas turísticas y Licenciatura en Educación Inicial, mientras que un 86% reconoció a licenciatura en Ciencias de la educación. Se puede concluir que el personal administrativo tiene conocimiento de la oferta académica del Sistema de educación a distancia de la UTE.

6. De las siguientes opciones, indique los medios por los que usted recibe información sobre el SED.		
Correo Interno	5	56%
Plataforma virtual	4	44%
Teléfono	0	0%
Reuniones de área	0	0%
Memorando o cartas	0	0%
Otros - Indique cuál:	0	0%
	9	100%

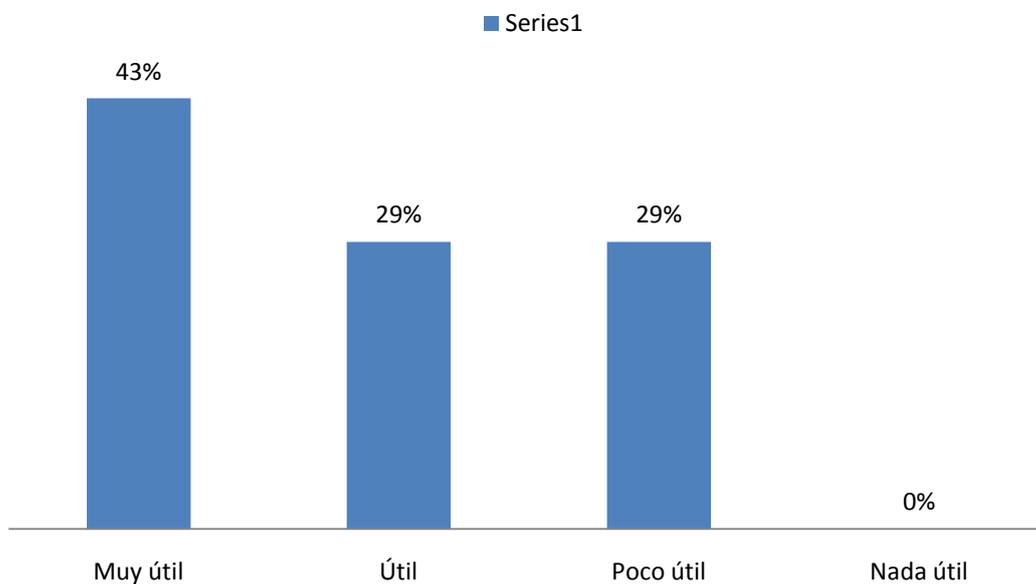
6. De las siguientes opciones, indique los medios por los que usted recibe información sobre el SED.



El 56% del personal administrativo indica que el medio por donde recibe información del SED es el correo interno frente a un 44% que indica como medio la plataforma virtual. Se concluye que el correo interno es el medio principal por donde el personal administrativo recibe información.

7. Califíquese usted la información que recibe por parte del SED		
Muy útil	3	43%
Útil	2	29%
Poco útil	2	29%
Nada útil	0	0%
	7	100%

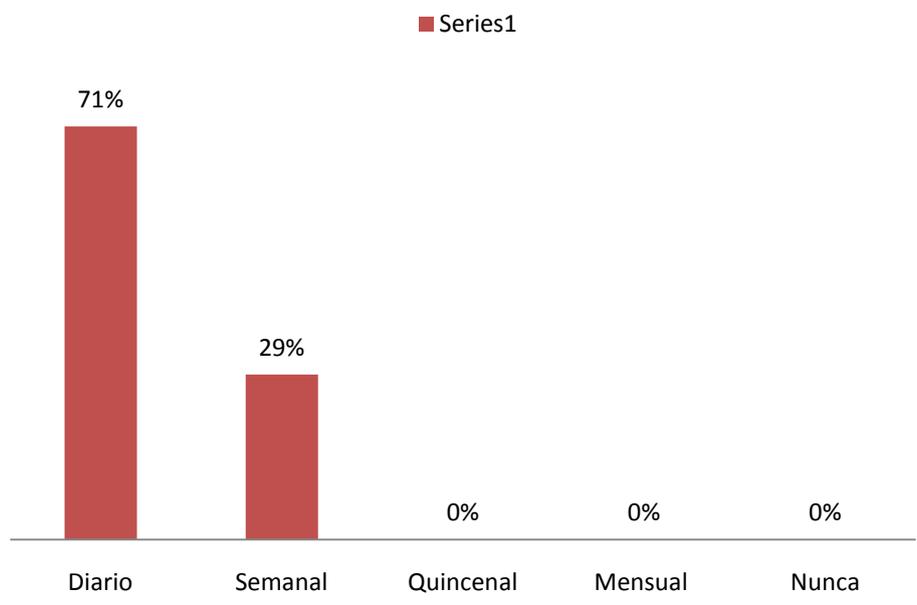
7. Califíquese usted la información que recibe por parte del SED



El 43% de los encuestados califica a la información como muy útil, frente a un 29% que la indica como útil y un 29% como poco útil. Se puede concluir que para la mayoría la información es muy útil para el personal administrativo.

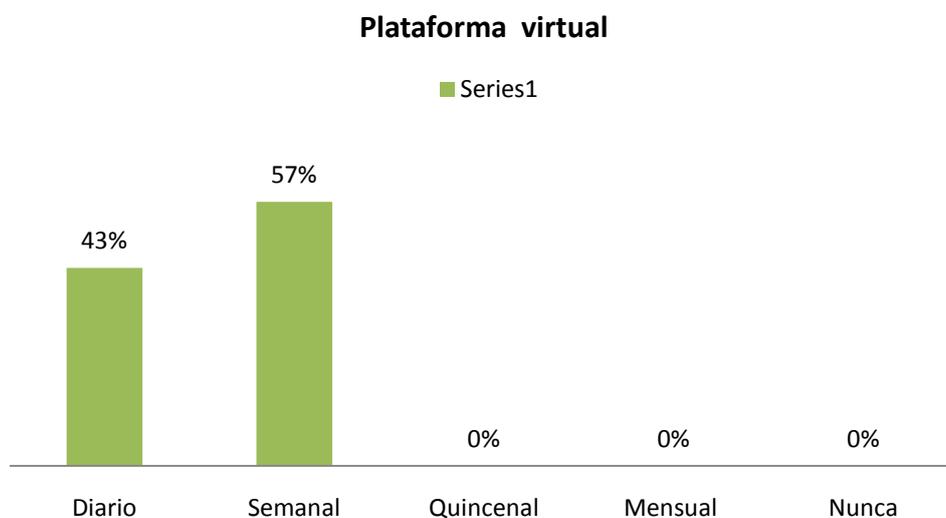
8. Señale con una X la frecuencia con la que recibe información por parte del SED.		
Correo Electrónico		
Diario	5	71%
Semanal	2	29%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Nunca	0	0%
Total	7	100%

Correo electrónico



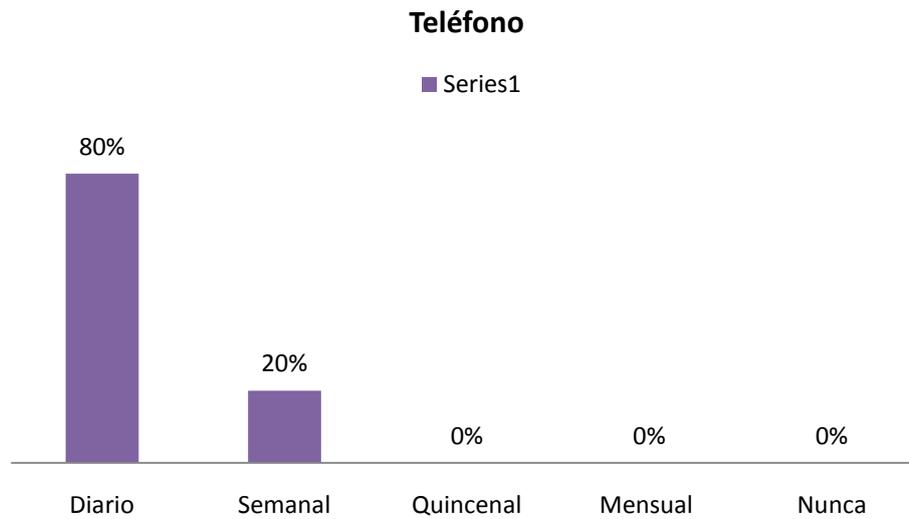
El 71% de los investigados afirman que utilizan a diario su correo electrónico y un 29% utiliza semanalmente. Se concluye que la mayoría recibe diariamente información del SED por el correo electrónico.

Plataforma Virtual		
Diario	3	43%
Semanal	4	57%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Nunca	0	0%
Total	7	100%



El 57% afirma que recibe información semanal por medio de la plataforma virtual, frente al 43% que recibe información a diario por el presente canal. Por lo que se puede concluir que la mayor frecuencia de la plataforma virtual es semanalmente.

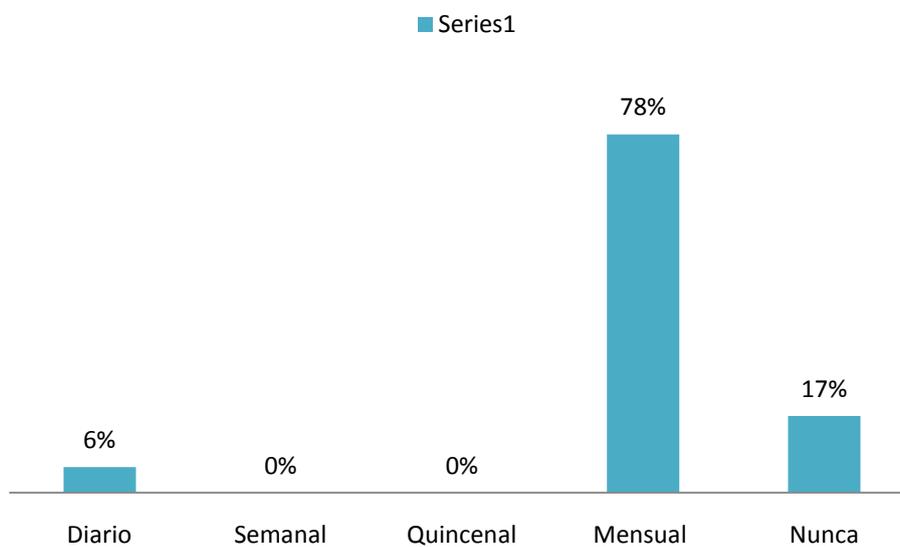
Teléfono		
Diario	4	80%
Semanal	1	20%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Nunca	0	0%
Total	5	100%



El 80% del personal administrativo indica que recibe información diariamente vía teléfono y un 20% semanalmente recibe información vía telefónica.

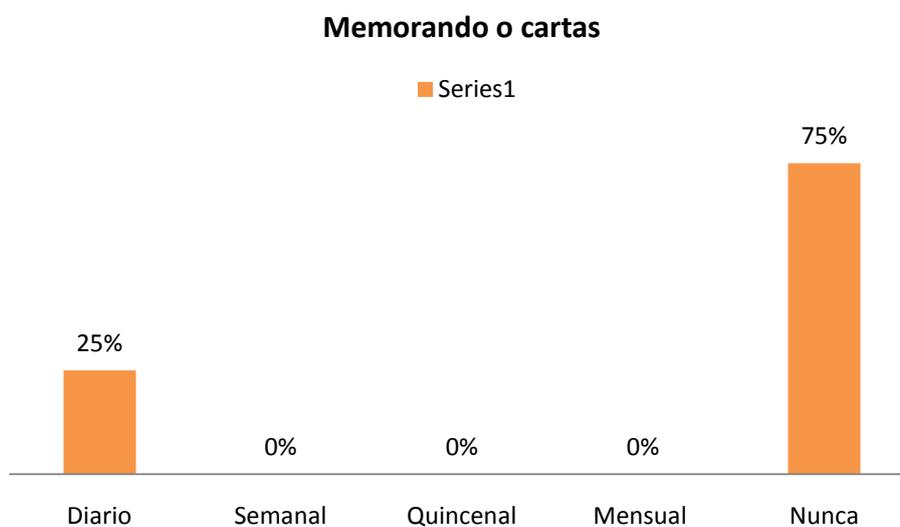
Reuniones de áreas		
Diario	1	6%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	14	78%
Nunca	3	17%
Total	18	100%

Reuniones de áreas



El 78% afirman que las reuniones de área tienen una frecuencia mensual, mientras el 6% dice que la frecuencia de las reuniones es a diario y un 17% afirma que nunca asiste en reuniones de área. Por lo que se puede concluir que las reuniones de área son mensualmente.

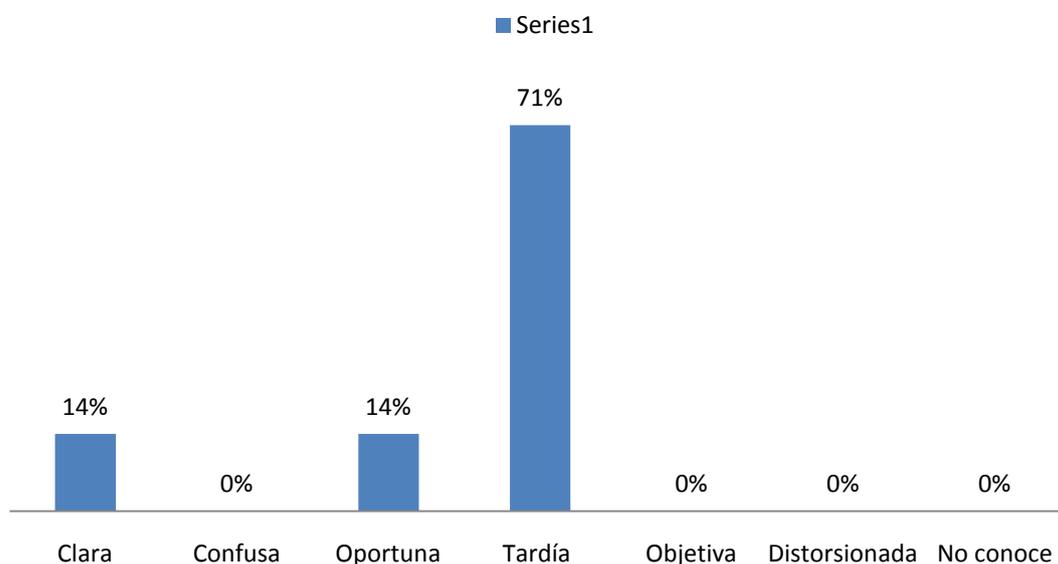
Memorando o cartas		
Diario	1	25%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Nunca	3	75%
Total	4	100%



EL 75% de los encuestados aseguran que nunca reciben información por medio de memorandos o cartas, mientras que el 25% manifiesta que reciben memorandos o cartas por parte del SED con una frecuencia diaria. Lo que se puede concluir que la mayoría del personal administrativo nunca recibe memorandos o cartas

9. Marque con una X y califique la calidad de los mensajes que recibe por parte del SED.							
Clara	Confusa	Oportuna	Tardía	Objetiva	Distorsionada	No conoce	
1	0	1	5	0	0	0	7
14%	0%	14%	71%	0%	0%	0%	100%

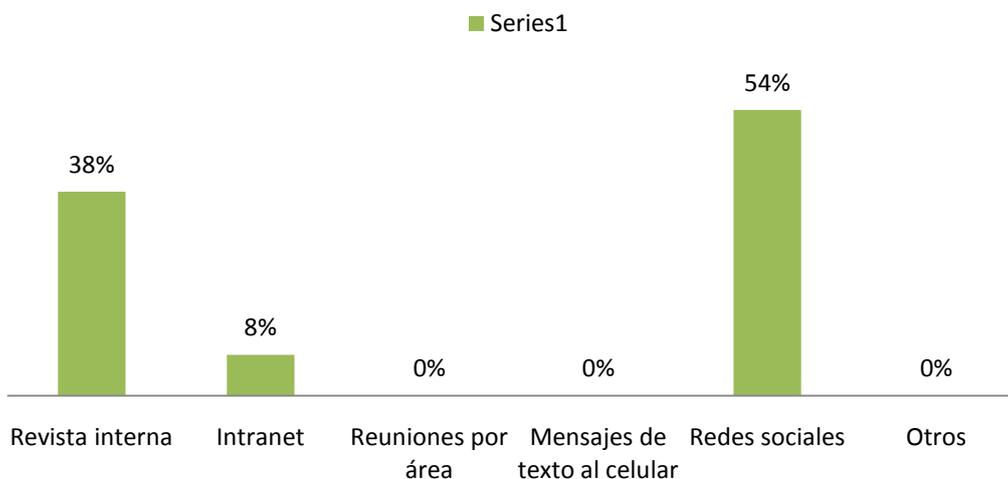
9. Marque con una X y califique la calidad de los mensajes que recibe por parte del SED.



El 71% del personal administrativo afirma que la calidad de la información enviada por el SED es tardía, mientras que otro 14% dice que la calidad de la información es oportuna y un 14% califica a la información como clara.

10. De las siguientes opciones, ¿Por cuál herramienta de comunicación le gustaría recibir información del SED? Puede escoger más de una		
Revista interna	5	38%
Intranet	1	8%
Reuniones por área	0	0%
Mensajes de texto al celular	0	0%
Redes sociales	7	54%
Otros	0	0%
TOTAL	13	100%

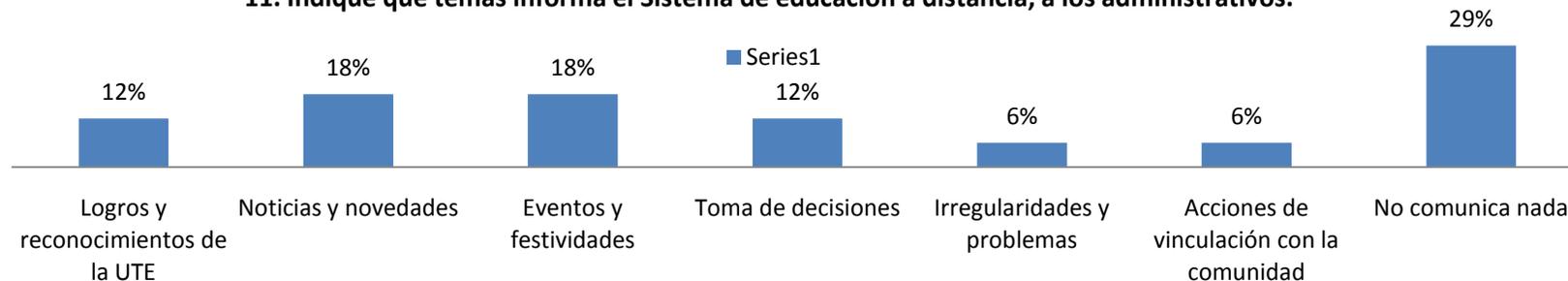
10. De las siguientes opciones, ¿Por cuál herramienta de comunicación le gustaría recibir información del SED? Puede escoger más de una



El 54% del personal encuestado indica que le gustaría recibir información del SED por redes sociales, mientras que un 38% le gustaría recibir por una edición de revista interna y un 8% mediante intranet. Se concluye que el medio por el cual al personal administrativo les gustaría recibir información es redes sociales.

11. Indique qué temas informa el Sistema de educación a distancia, a los administrativos.		
Logros y reconocimientos del UTE	2	12%
Noticias y novedades	3	18%
Eventos y festividades	3	18%
Toma de decisiones	2	12%
Irregularidades y problemas	1	6%
Acciones de vinculación con la comunidad	1	6%
No comunica nada	5	29%
TOTAL	17	100%

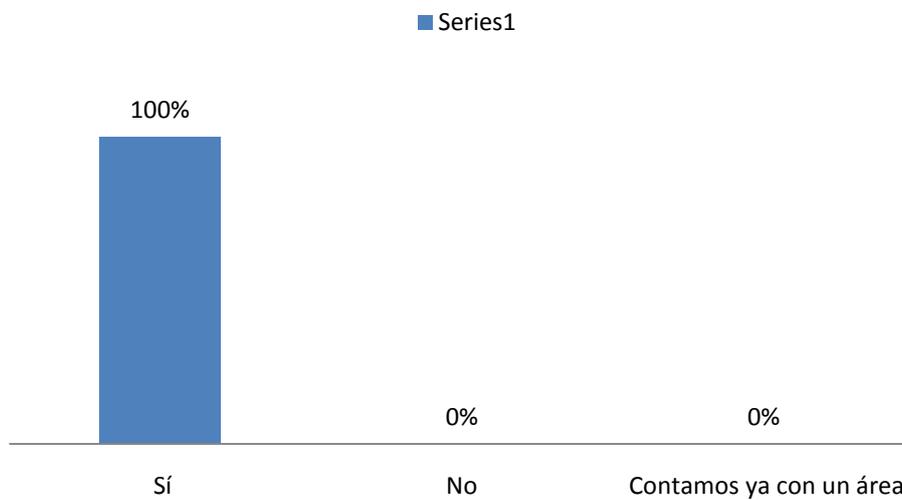
11. Indique qué temas informa el Sistema de educación a distancia, a los administrativos.



EL 29% del personal administrativo afirma que el SED no comunica nada, frente a un 18% que dice que comunica sobre noticias y eventos, 18% sobre eventos y festividades, 12% sobre logros y reconocimientos de la UTE, 12% sobre toma de decisiones, un 6% sobre irregularidades y problemas y un 6% sobre acciones de vinculación con la comunidad. Un dato importante en esta pregunta es que la mayoría de los encuestados afirma que el SED no comunica nada, con lo cual se puede concluir que existe la percepción de que al personal administrativo del SED no se le comunica nada.

12. ¿Considera usted que el SED requiere de un área especializada en comunicación?		
Sí	7	100%
No	0	0%
Contamos ya con un área	0	0%
Total	7	100%

12. ¿Considera usted que el SED requiere de un área especializada en comunicación?

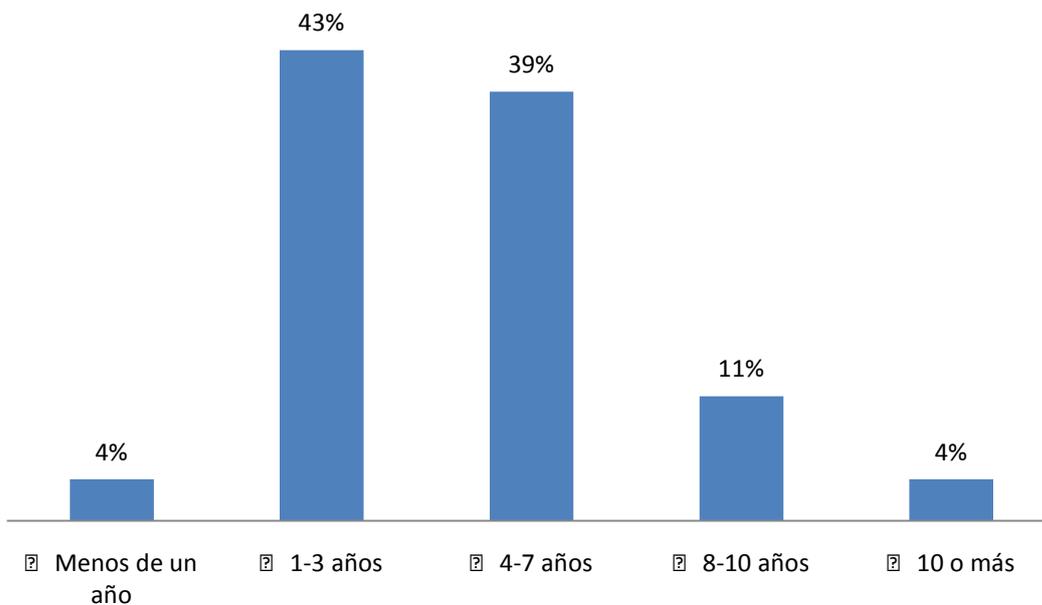


El 100% de los encuestados afirma que el Sistema de educación a distancia requiere de un departamento de comunicación. Se concluye que el personal administrativo tiene un gran interés en contar con un responsable de la comunicación del SED.

Anexo 8: Tutores SED

1. ¿Cuántos años trabaja en el Sistema de educación a distancia?		
Menos de un año	3	4%
1-3 años	34	43%
4-7 años	31	39%
8-10 años	9	11%
10 o más	3	4%
Total	80	100%

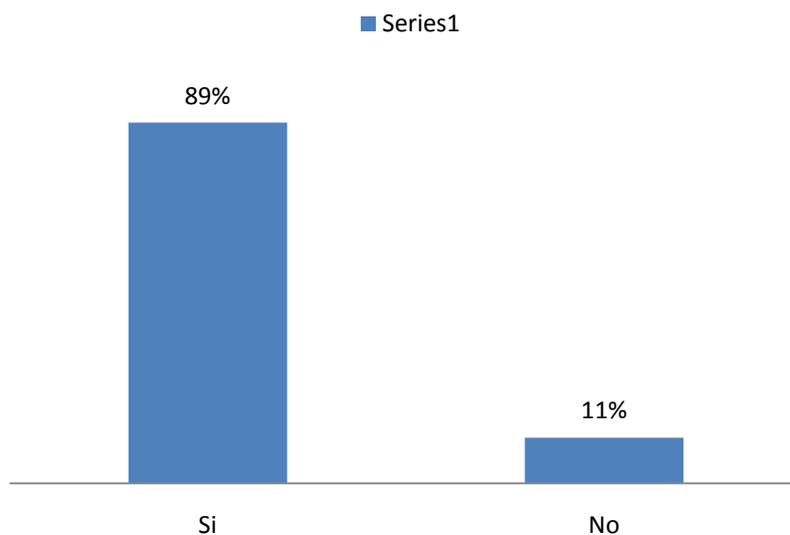
1. ¿Cuántos años trabaja en el Sistema de educación a distancia?



El 43% de los encuestados tiene de 1 a 3 años trabajando en el SED, un 39% de 4 a 7 años, el 11% de 8 a 10 años, un 4% de 10 o más años y otro 4% menos de un año. Por lo que se puede concluir que la mayoría de docentes están dentro de 1 a 7 años laborando en el Sistema de educación a distancia.

2. ¿Conocen la misión y la visión de la Universidad?		
Sí	71	89%
No	9	11%
Total	80	100%

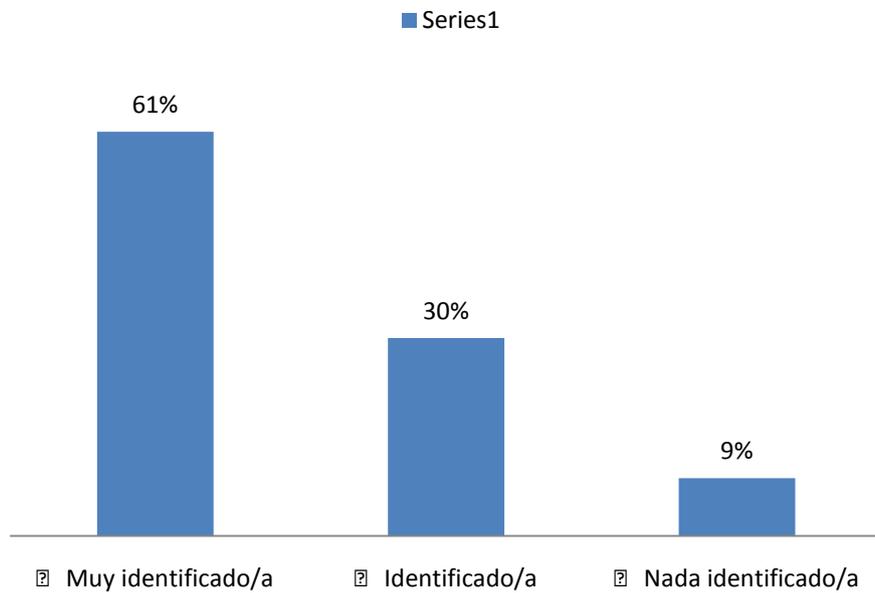
2. ¿Conocen la misión y la visión de la Universidad?



El 89% de los tutores conoce la misión y visión de la Universidad, frente a un 11% que afirma no conocerla. Por lo que, se concluye que la mayoría de los docentes conocen la misión y visión de Universidad.

3. ¿Se identifica usted con los principios de la misión y visión de la Universidad?		
Muy identificado/a	49	61%
Identificado/a	24	30%
Nada identificado/a	7	9%
Total	80	100%

3. ¿Se identifica usted con los principios de la misión y visión de la Universidad?



El 61% de los tutores afirma que se siente muy identificado con la misión y visión, el 30% se siente identificado y un 9% se siente nada identificado con los postulados de la misión y visión de la UTE. Por lo que se puede concluir que los docentes se sienten identificados con la filosofía corporativa de la Universidad.

4. ¿Cómo percibe al Sistema de educación a distancia de la UTE?		
Como una institución que se dedica a cumplir sus funciones y objetivos	47	59%
Como un hogar que se puede crecer como persona y como profesional	13	16%
Como una oportunidad laboral, donde un empleado se puede desarrollar profesionalmente	10	13%
Ninguno de los anteriores	10	13%
No posee ninguna percepción acerca de la UTE	0	0%
Total:	80	100%

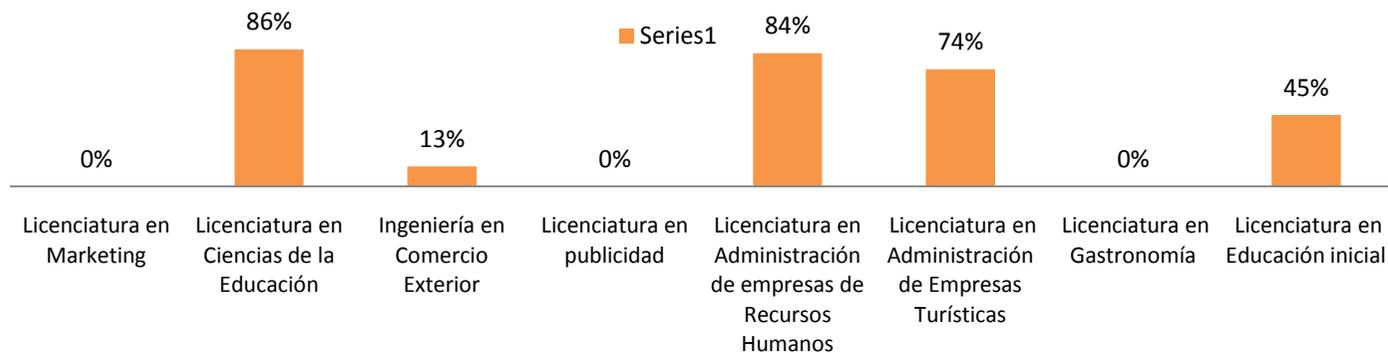
4. ¿Cómo percibe al Sistema de educación a distancia de la UTE?



El 59% de los tutores investigados perciben al SED “Como una institución que se dedica a cumplir sus funciones y objetivos”, un 16% percibe como “un hogar que se puede crecer como persona y profesional”, el 13% afirma que la Universidad es “como una oportunidad laboral, donde un empleado se puede desarrollar profesionalmente” y un 13% no la percibe como ninguna de las anteriores opciones. Se concluye que la mayoría de tutores perciben al Sistema de educación a distancia como una institución que se dedica a cumplir sus funciones y objetivos.

5. De las siguientes opciones. Indique cuáles son las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia		
Licenciatura en Marketing	0	0%
Licenciatura en ciencias de la educación	69	86%
Ingeniería en comercio exterior	10	13%
Licenciatura en Publicidad	0	0%
Licenciatura en administración de empresas de recursos humanos	67	84%
Licenciatura en administración de empresas turísticas	59	74%
Licenciatura en Gastronomía	0	0%
Licenciatura en educación inicial	36	45%
	80	100%

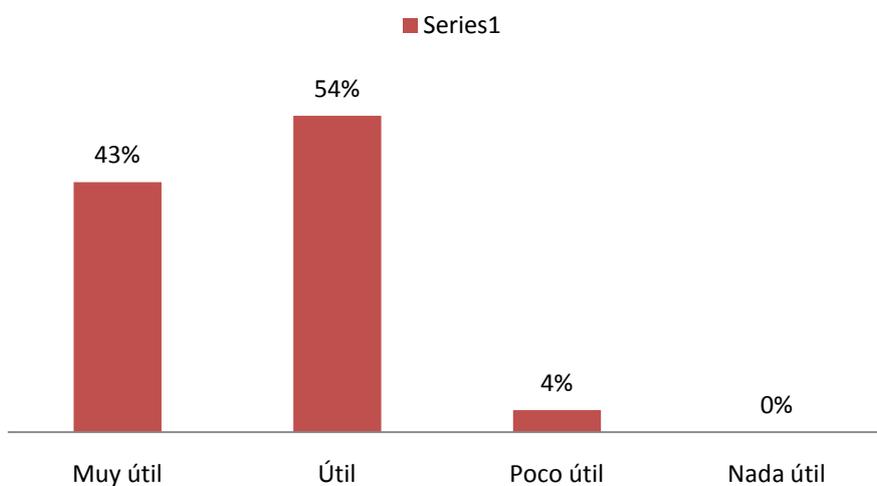
5. De las siguientes opciones. Indique cuáles son las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia



El 86% del total de los tutores encuestados indican como carrera de la modalidad a distancia la Licenciatura en ciencias de la educación, 84% indica Licenciatura en administración de empresas de recursos humanos, 74% indica a la carrera de Licenciatura en administración empresas turísticas, el 45% indica la Licenciatura en educación inicial y el 13% indica a Ingeniería en comercio exterior. Por lo que se puede concluir que los docentes no reconocen todas las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia.

6. Califiquen usted la información que recibe por parte del SED		
Muy útil	34	43%
Útil	43	54%
Poco útil	3	4%
Nada útil	0	0%
	80	100%

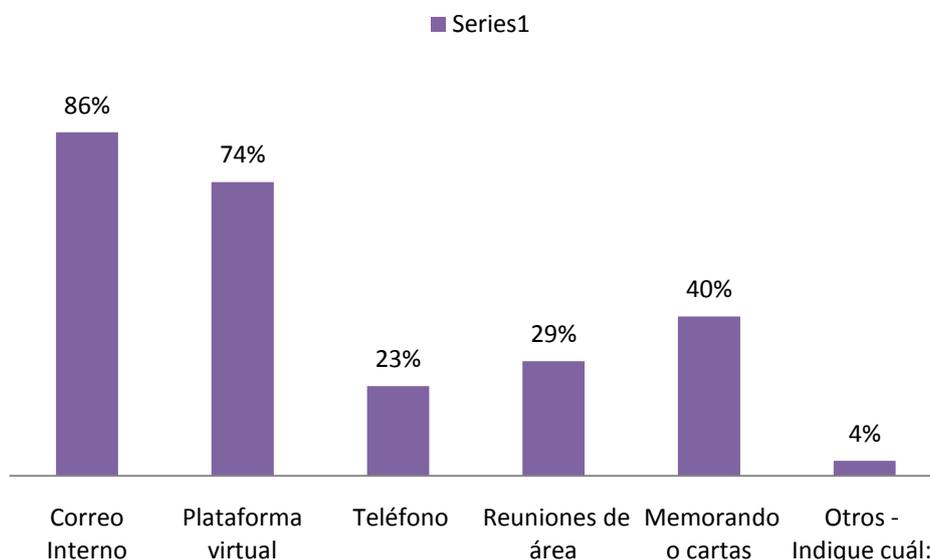
6. Califiquen usted la información que recibe por parte del SED



El 54% de los encuestados califica como útil la información que recibe, un 43% como muy útil y un 4% como poco útil. Se puede concluir que la información que reciben es útil para los tutores.

7. De las siguientes opciones, indique los medios por los que usted recibe información sobre el SED.		
Correo interno	69	86%
Plataforma virtual	59	74%
Teléfono	18	23%
Reuniones de área	23	29%
Memorando o cartas	32	40%
Otros - Indique cuál:	3	4%
	80	100%

7. De las siguientes opciones, indique los medios por los que usted recibe información sobre el SED.

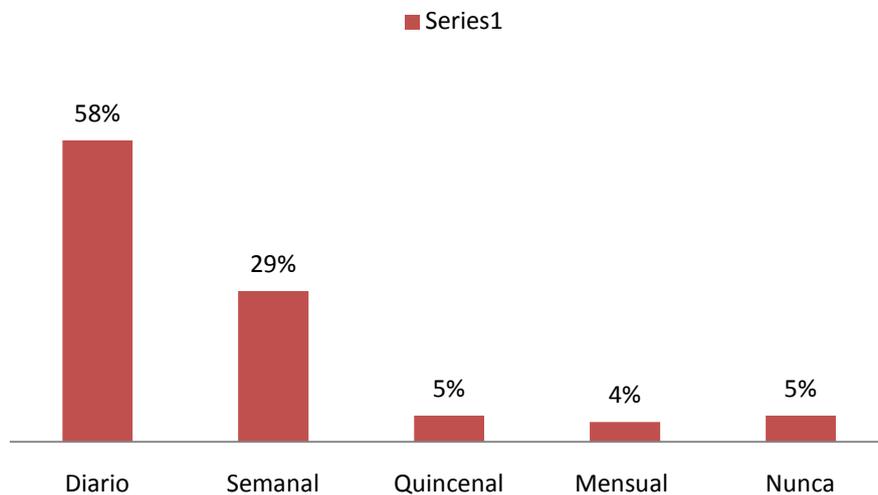


El correo interno es el medio más utilizado por los tutores, con un 86%, le sigue la plataforma virtual con un 74%, memorando o cartas con 40%, reuniones de área con un 29%, teléfono con el 23% y 4% indican la posibilidad de otros medios de información como redes sociales o aplicaciones móviles de mensajería. Se concluye que el medio más utilizado por los tutores es el correo interno.

8. Señale con una X la frecuencia con la que recibe información por parte del SED.

Correo electrónico		
Diario	46	58%
Semanal	23	29%
Quincenal	4	5%
Mensual	3	4%
Nunca	4	5%
Total	80	100%

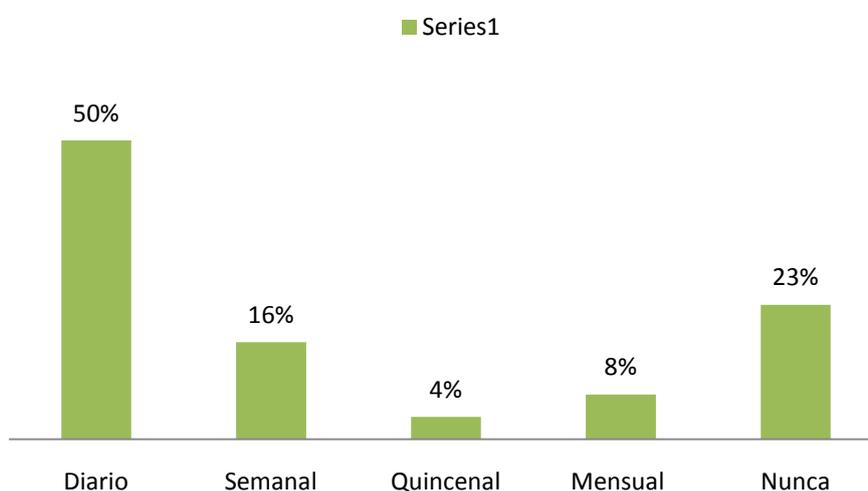
Correo electrónico



El 58% de los encuestados indica que recibe información diariamente por correo electrónico, un 29% recibe semanalmente, un 5% informa que recibe correo quincenalmente, un 4% contesta que la frecuencia de correos es mensual y un 5% nunca recibe correos electrónicos. Se puede concluir que la mayoría de tutores reciben información, por medio del correo electrónico diariamente.

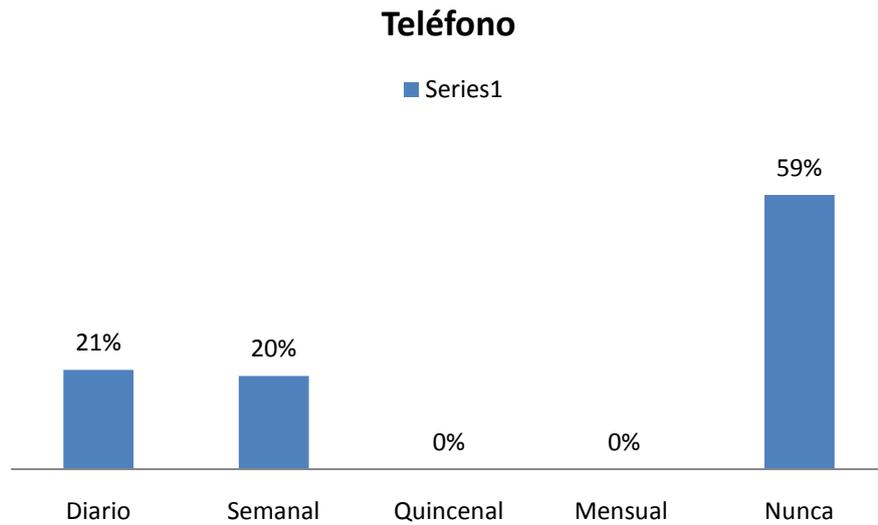
Plataforma virtual		
Diario	40	50%
Semanal	13	16%
Quincenal	3	4%
Mensual	6	8%
Nunca	18	23%
Total	80	100%

Plataforma virtual



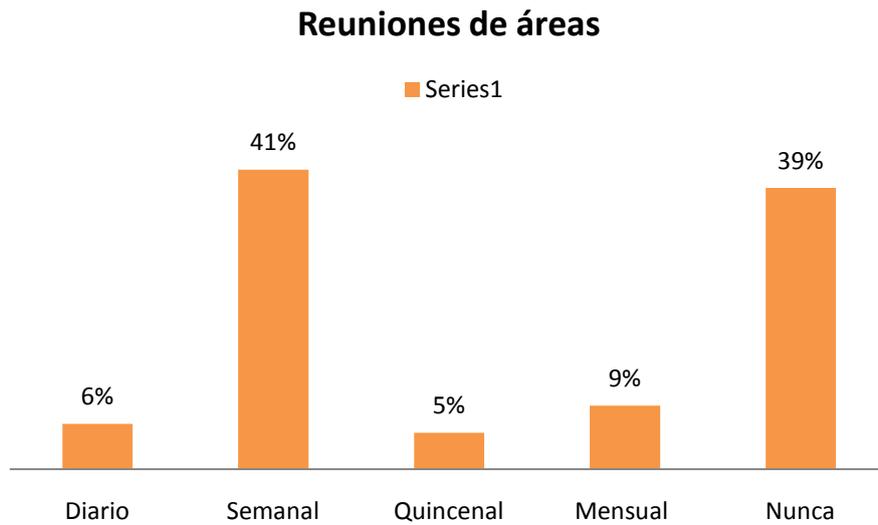
El 50% de los encuestados afirma que utiliza diariamente la plataforma virtual para recibir información del SED, el 23 % nunca recibe información por este canal, el 16% lo reciben semanalmente, un 8% mensualmente y un 4% quincenalmente. Por lo que se concluye que la mayoría de tutores recibe información del SED por la plataforma virtual con una frecuencia diaria.

Teléfono		
Diario	17	21%
Semanal	16	20%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Nunca	47	59%
Total	80	100%



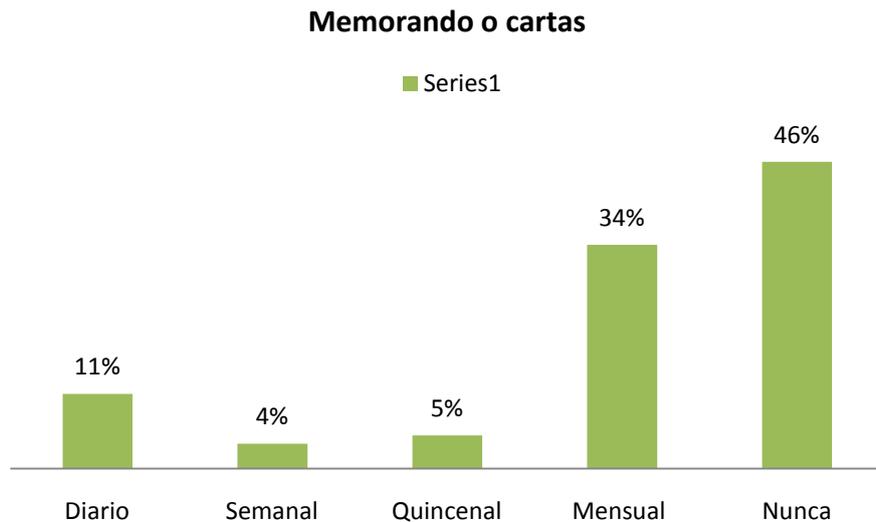
Los tutores del Sistema de educación a distancia indicaron, en un 59% que nunca utilizan el teléfono para recibir información del SED, el 21% afirma que recibe diariamente información por esta vía y el 20% indica que recibe de forma semanal la información. Por lo que se concluye que el SED no utiliza el teléfono como medio de comunicación para todos sus docentes.

Reuniones de áreas		
Diario	5	6%
Semanal	33	41%
Quincenal	4	5%
Mensual	7	9%
Nunca	31	39%
Total	80	100%



El 41% de los encuestados indica que reciben información a través de reuniones de área semanalmente, frente a un 9% que se reúne mensualmente, el 6% que lo hace a diario, 39% nunca es llamado a reunión. Por lo que se concluye que la mayoría de los tutores son convocados a reuniones por área semanalmente.

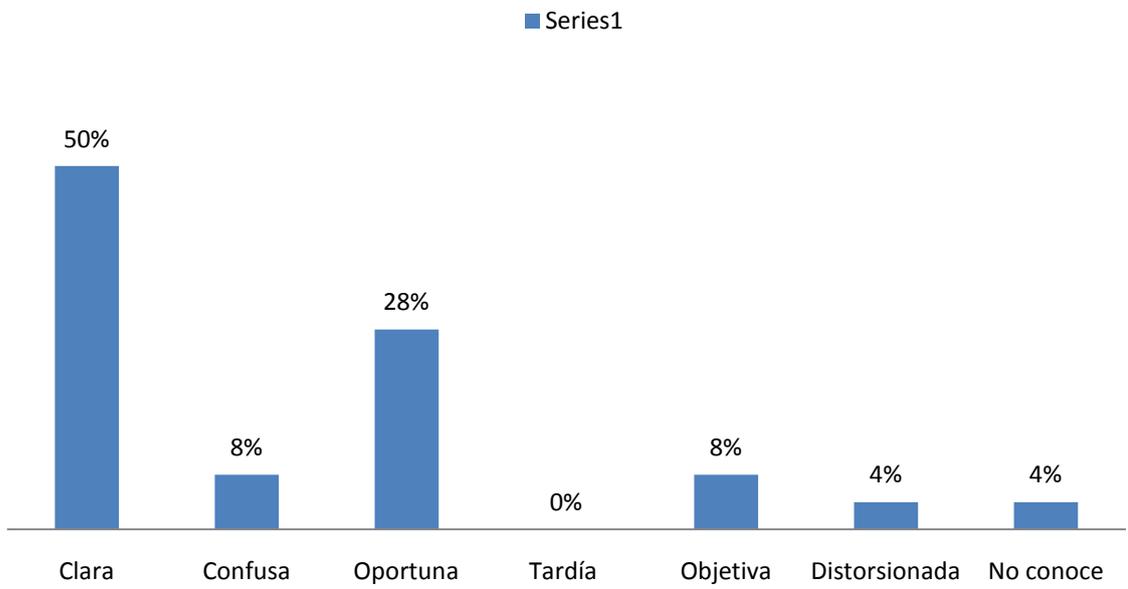
Memorando o cartas		
Diario	9	11%
Semanal	3	4%
Quincenal	4	8%
Mensual	27	34%
Nunca	37	46%
Total	80	100%



El 46% de los encuestados afirman nunca haber recibido memorando o carta por parte del SED, el 34% dice que recibe información por este medio mensualmente, el 11% diariamente, el 5% quincenal y el 4% semanal. Por lo que se puede concluir que los memorandos y cartas emitidas por el SED tienen una frecuencia baja frente a los tutores.

9. Marque con una X y califique la calidad de los mensajes que recibe por parte del SED.		
Clara	40	50%
Confusa	6	8%
Oportuna	22	28%
Tardía	0	0%
Objetiva	6	8%
Distorsionada	3	4%
No conoce	3	4%
	80	100%

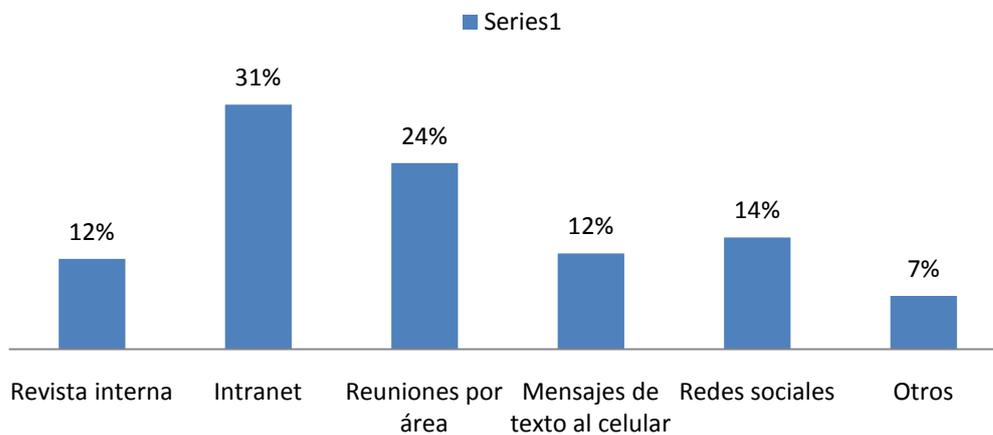
9. Marque con una X y califique la calidad de los mensajes que recibe por parte del SED.



El 50% de los tutores califican los mensajes como claros, frente a un 28% que los califica como oportunos, un 8% como confusos, 8% como objetivos, 4% califica como distorsionados y un 4% no tiene conocimiento sobre los mismos. Por lo que se puede concluir que los mensajes enviados a los tutores son claros y oportunos.

10. De las siguientes opciones, ¿Por cuál herramienta de comunicación le gustaría recibir información del SED? Puede escoger más de una		
Revista interna	17	12%
Intranet	46	31%
Reuniones por área	35	24%
Mensajes de texto al celular	18	12%
Redes sociales	21	14%
Otros	10	7%
TOTAL	147	100%

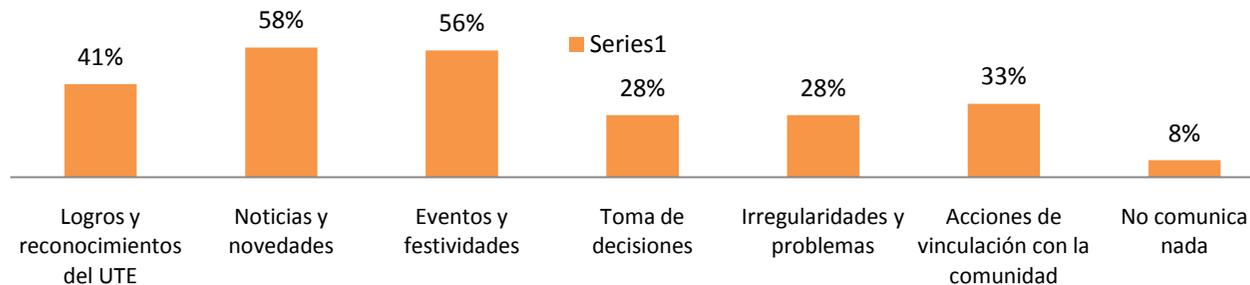
10. De las siguientes opciones, ¿Por cuál herramienta de comunicación le gustaría recibir información del SED? Puede escoger más de una



El 31% de los encuestados afirman que les gustaría recibir información del SED por Intranet, el 24% por reuniones de áreas, el 14% por redes sociales, el 12% por revista interna y otro 12% por SMS y un 7% por otros medios de comunicación. Se puede concluir que los tutores les gustaría recibir información del SED por intranet. Cabe indicar que en esta pregunta se podía escoger más de una opción y que por ello la frecuencia es mayor al número de encuestados.

11. Según su criterio, indique qué temas informa el Sistema de educación a distancia, a los tutores.		
Logros y reconocimientos del UTE	33	41%
Noticias y novedades	46	58%
Eventos y festividades	45	56%
Toma de decisiones	22	28%
Irregularidades y problemas	22	28%
Acciones de vinculación con la comunidad	26	33%
No comunica nada	6	8%
TOTAL	80	100%

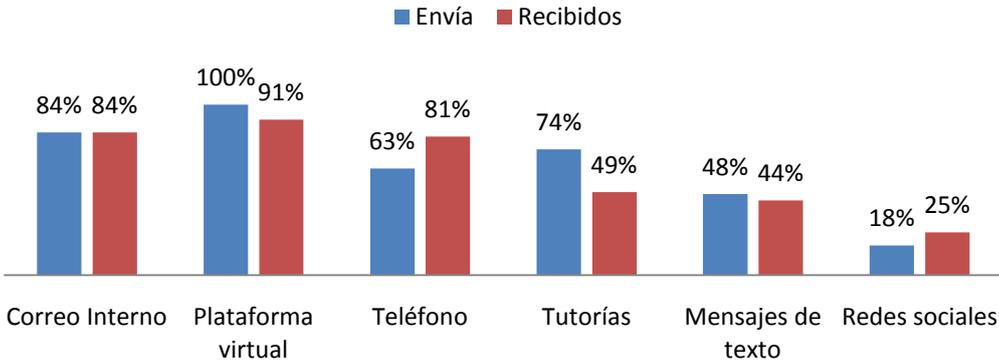
11. Según su criterio, indique qué temas informa el Sistema de educación a distancia, a los tutores.



El 58% del total de los encuestados afirma que el SED informa sobre noticias y novedades, el 56% sobre eventos y festividades, el 41% sobre logros y reconocimientos de la UTE, el 33% acciones de vinculación con la comunidad y el 8% percibe que el SED no comunica ningún tema. Por lo que se percibe que los temas más receptados por el SED, son: noticias, novedades, eventos y festividades.

12. De las siguientes opciones, indique con una X el medio por el que usted envía y recibe información de sus estudiantes.				
Medio	Envía	Envía	Recibidos	Recibidos
Correo interno	67	84%	67	84%
Plataforma virtual	80	100%	73	91%
Teléfono	50	63%	65	81%
Tutorías	59	74%	39	49%
Mensajes de texto	38	48%	35	44%
Redes sociales	14	18%	20	25%
	80	100%	80	100%

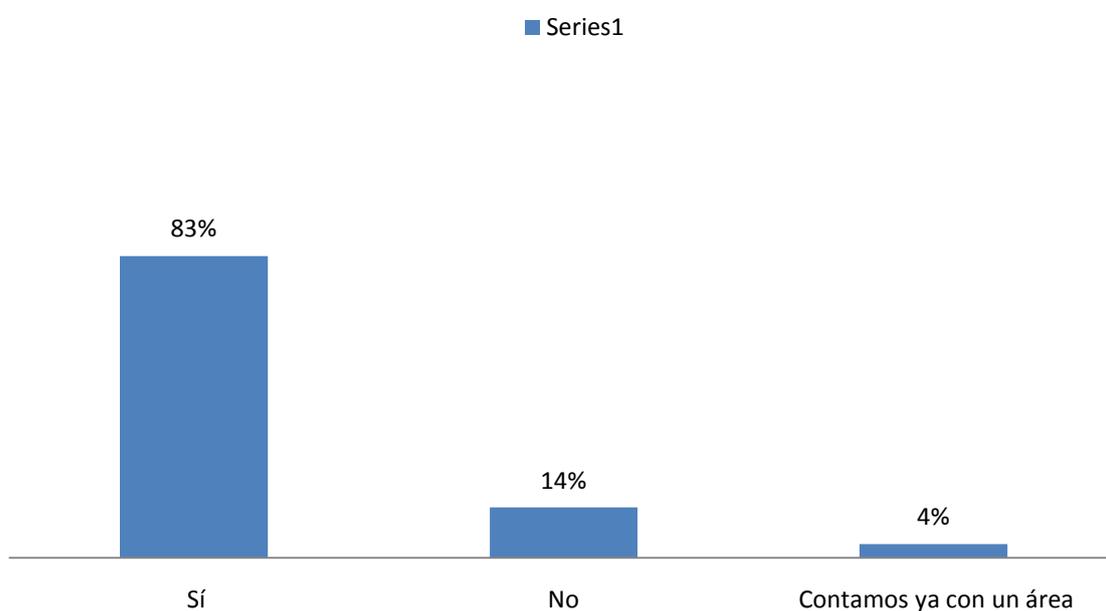
12. De las siguientes opciones, indique con una X el medio por el que usted envía y recibe información de sus estudiantes.



El 100% de los tutores afirman que envían información a sus estudiantes por medio de la plataforma virtual y 91% afirma que recibe información de los estudiantes. El 84% indicaron que envían y reciben información de sus estudiantes por medio de correo electrónico. El 74% de los tutores afirman que envían información a sus estudiantes por tutorías y reciben información de los mismos un 49% por el mismo medio. El 63% de los tutores indican que envían información por medios telefónicos y un 81% recibe llamadas de sus estudiantes. El 48% de los tutores envían mensajes de texto a sus estudiantes, mientras que un 44% recibe por parte de sus estudiantes y el 18% envía información por redes sociales, a su vez reciben información un 25%. Por lo que se puede concluir que la herramienta de comunicación principal entre tutores y estudiantes es la plataforma virtual.

13. ¿Considera usted que el SED requiere de un área especializada en comunicación?		
Sí	66	83%
No	11	14%
Contamos ya con un área	3	4%
Total	80	100%

13. ¿Considera usted que el SED requiere de un área especializada en comunicación?

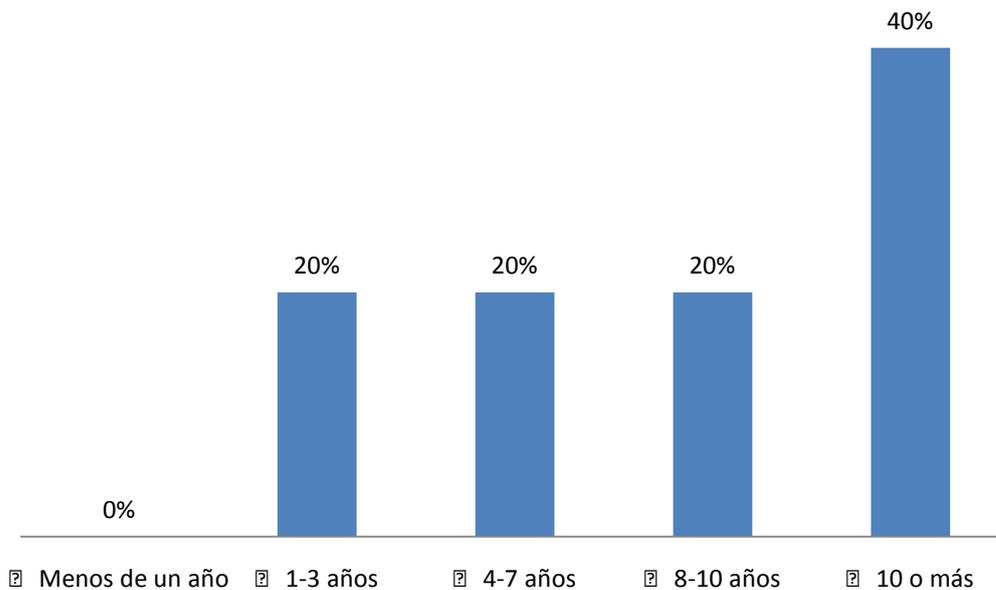


El 83% de los tutores consideran que el SED requiere de un área especializada en comunicación, frente a un 14% que no lo considera y un 4% que afirma que ya cuentan con un área. Por lo que se puede afirmar que la mayoría de los tutores consideran que el Sistema de educación a distancia requiere un área de comunicación especializada.

Anexo 9: Encuestas coordinadores

1. ¿Cuántos años trabaja en el Sistema de educación a distancia?		
Menos de un año	0	0%
1-3 años	1	20%
4-7 años	1	20%
8-10 años	1	20%
10 o más	2	40%
Total	5	100%

1. ¿Cuántos años trabaja en el Sistema de educación a distancia?

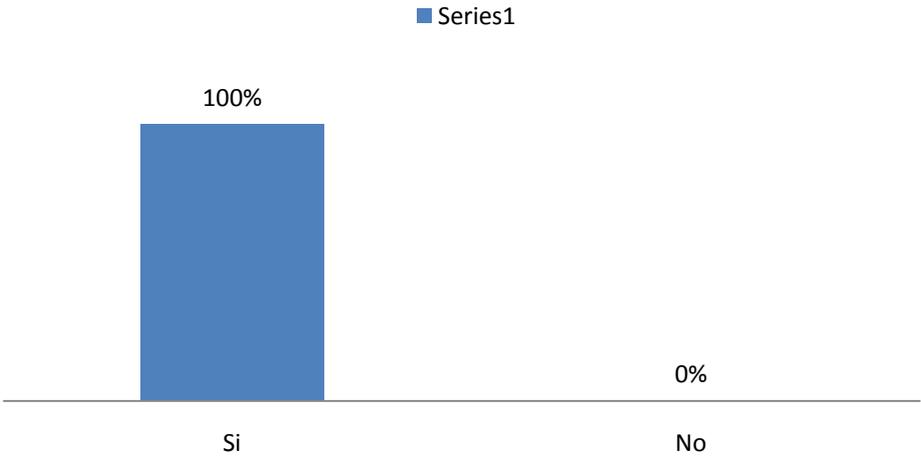


El 40% de los coordinadores llevan 10 o más años laborando en el SED, frente a un 60% que labora entre 1 a 10 años. Por lo que se puede concluir que la mayoría de coordinadores están de 1 a 10 años.

2. ¿Conocen la misión y la visión de la Universidad?		
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

:

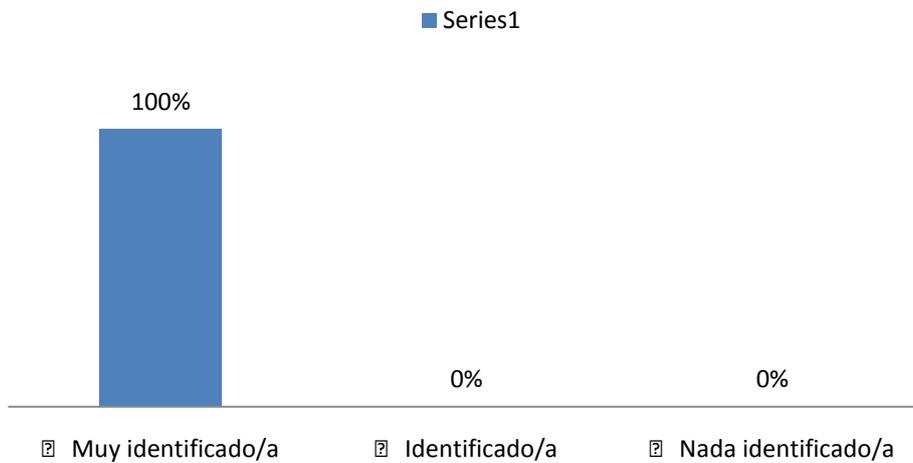
2. ¿Conocen la misión y la visión de la Universidad?



El 100% de los coordinadores afirman conocer la misión y visión de la Universidad.

3. Se identifica usted con los principios de la misión y visión de la Universidad		
Muy identificado/a	5	100%
Identificado/a	0	0%
Nada identificado/a	0	0%
Total	5	100%

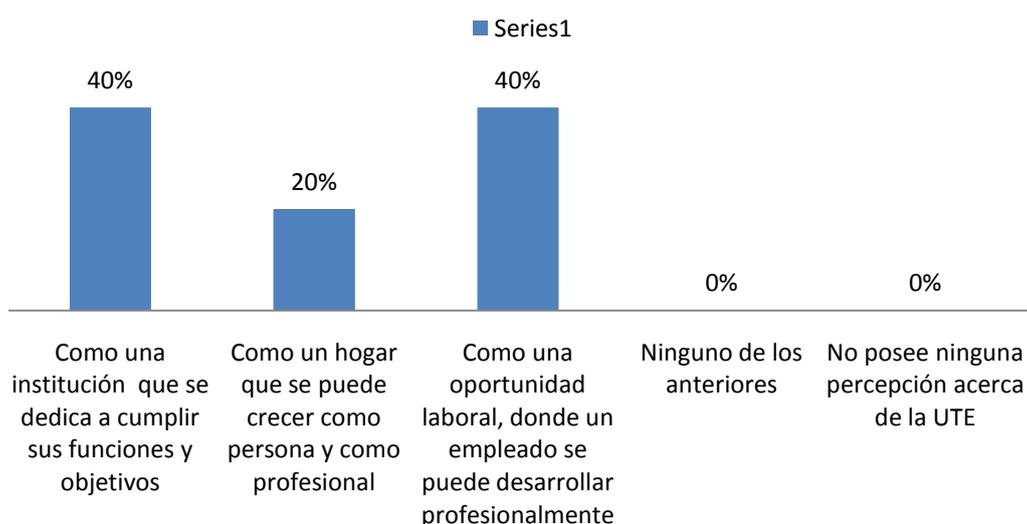
3. Se identifica usted con los principios de la misión y visión de la Universidad



El 100% de los coordinadores del SED afirman estar muy identificados con la misión y visión de la Universidad.

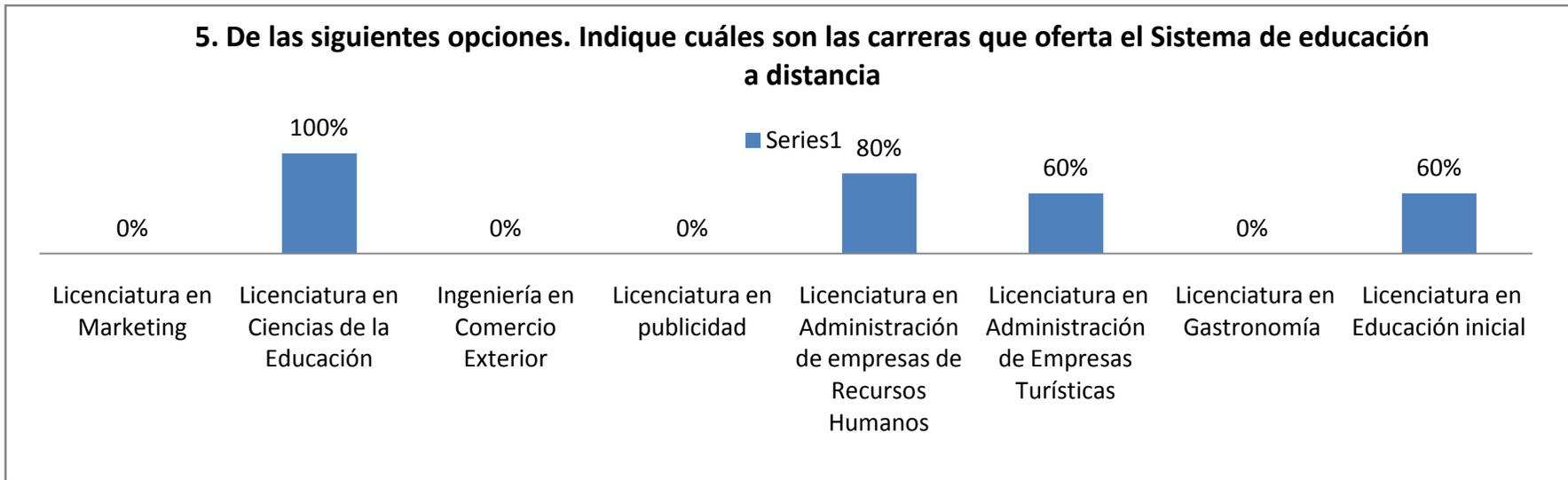
4. ¿Cómo percibe al Sistema de educación a distancia de la UTE?		
Como una institución que se dedica a cumplir sus funciones y objetivos	2	40%
Como un hogar en el que se puede crecer como persona y como profesional	1	20%
Como una oportunidad laboral, donde un empleado se puede desarrollar profesionalmente	2	40%
Ninguna de los anteriores	0	0%
No posee ninguna percepción acerca de la UTE	0	0%
Total:	5	100%

4. ¿Cómo percibe al Sistema de educación a distancia de la UTE?



Un 40% de los coordinadores indica que percibe al Sistema de educación a distancia como una oportunidad laboral, frente a un 40% que percibe a la institución como cumplidora de sus funciones y objetivos y un 20% como un hogar. Se puede concluir que hay dos percepciones marcadas, una que la Institución cumple sus objetivos y otra que afirma es un sitio que les brinda una oportunidad laboral y crecimiento profesional.

5. De las siguientes opciones. indique cuáles son las carreras que oferta el Sistema de educación a distancia		
Licenciatura en marketing	0	0%
Licenciatura en ciencias de la educación	5	100%
Ingeniería en comercio exterior	0	0%
Licenciatura en publicidad	0	0%
licenciatura en administración de empresas de recursos humanos	4	80%
Licenciatura en administración de empresas turísticas	3	60%
Licenciatura en gastronomía	0	0%
Licenciatura en educación inicial	3	60%
Total	5	100%

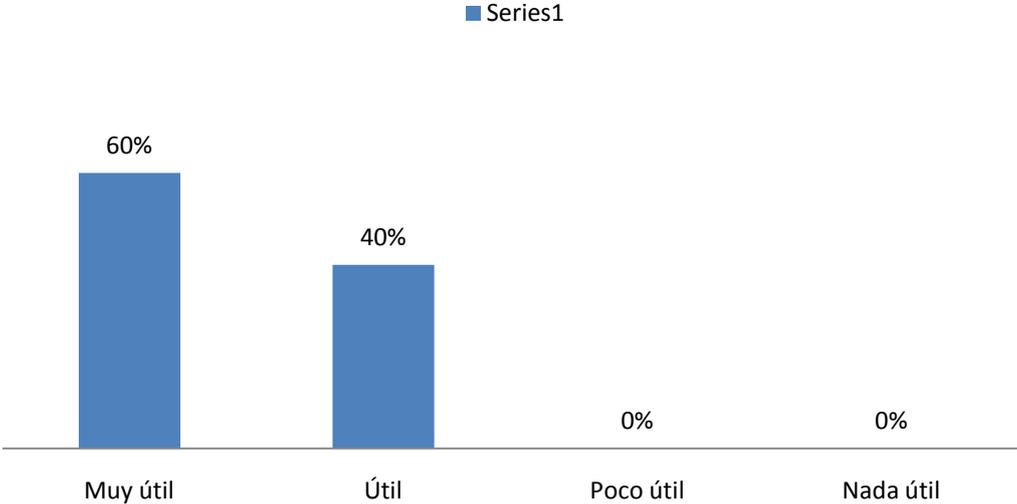


El 100% de los encuestados afirma que Licenciatura en Ciencias de la Educación es carrera del SED, el 80% indica dentro de la oferta a Licenciatura de administración, el 60% indica como carrera la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y otro 60% la Licenciatura en educación inicial. Con los siguientes datos, se puede concluir que los encuestados conocen de la carreras, sin embargo no la oferta completa.

6. Califíquese usted la información que recibe por parte del SED

Muy útil	3	60%
Útil	2	40%
Poco útil	0	0%
Nada útil	0	0%
	5	100%

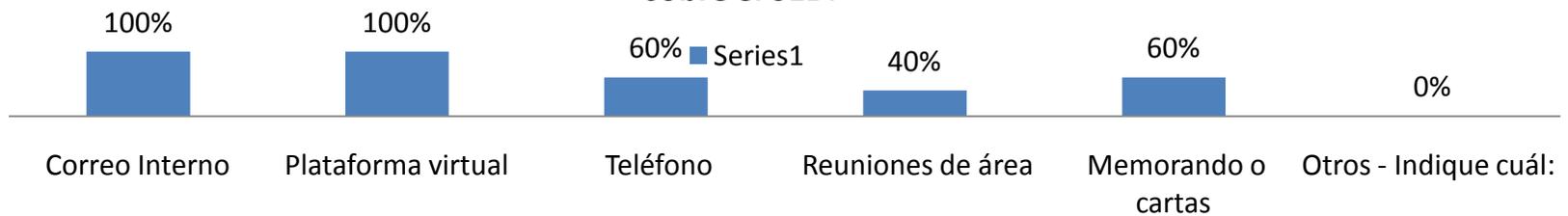
6. Califíquese usted la información que recibe por parte del SED



El 60% de los coordinadores califican a la información como muy útil frente a un 40% que indican que es muy útil. Por lo tanto, se puede concluir que los coordinadores encuentran a la información muy útil.

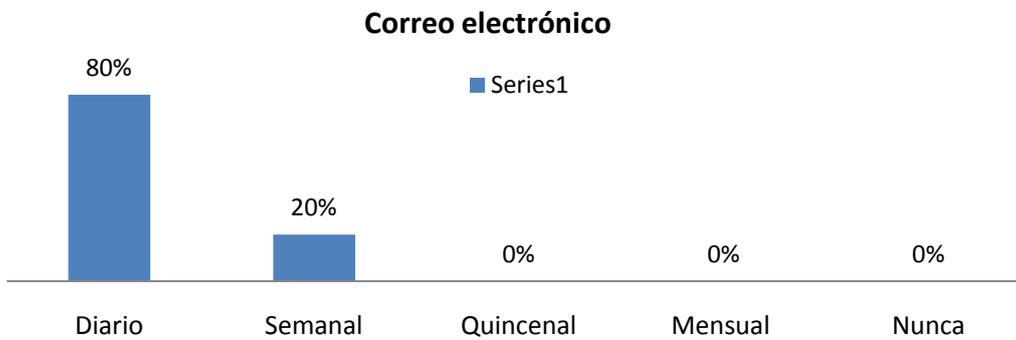
7. De las siguientes opciones, indique los medios por los que usted recibe información sobre el SED.		
Correo Interno	5	100%
Plataforma virtual	5	100%
Teléfono	3	60%
Reuniones de área	2	40%
Memorando o cartas	3	60%
Otros – Indique cuál:	0	0%
	5	100%

7. De las siguientes opciones, indique los medios por los que usted recibe información sobre el SED.



El 100% de los encuestados afirman que utilizan correo electrónico y plataforma, el 60% de los encuestados afirman que utilizan el teléfono y memorandos o cartas y el 40% indican que reciben información por reuniones de área.

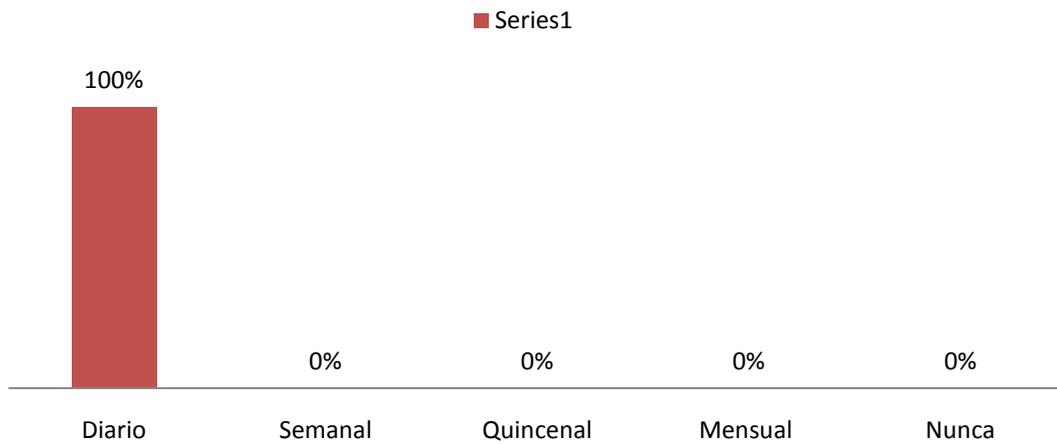
8. Señale con una X la frecuencia con la que recibe información por parte del SED.		
Correo electrónico		
Diario	4	80%
Semanal	1	20%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Nunca	0	0%
Total	5	100%



El 80% de los encuestados indican utilizan a diario el correo electrónico frente al 20% que afirma que la herramienta tiene una frecuencia semanal. Por lo que se puede concluir que el correo electrónico es el medio de comunicación que con más frecuencia se utiliza.

plataforma virtual		
Diario	5	100%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Nunca	0	0%
Total	5	100%

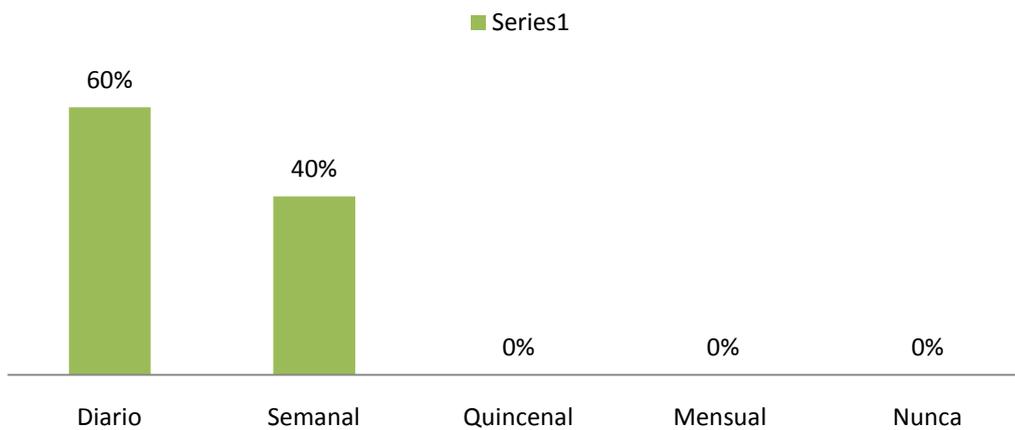
Plataforma virtual



El 100% de los coordinadores recibe información por la plataforma virtual. Siendo la herramienta principal, no solo para recibir sino para enviar información.

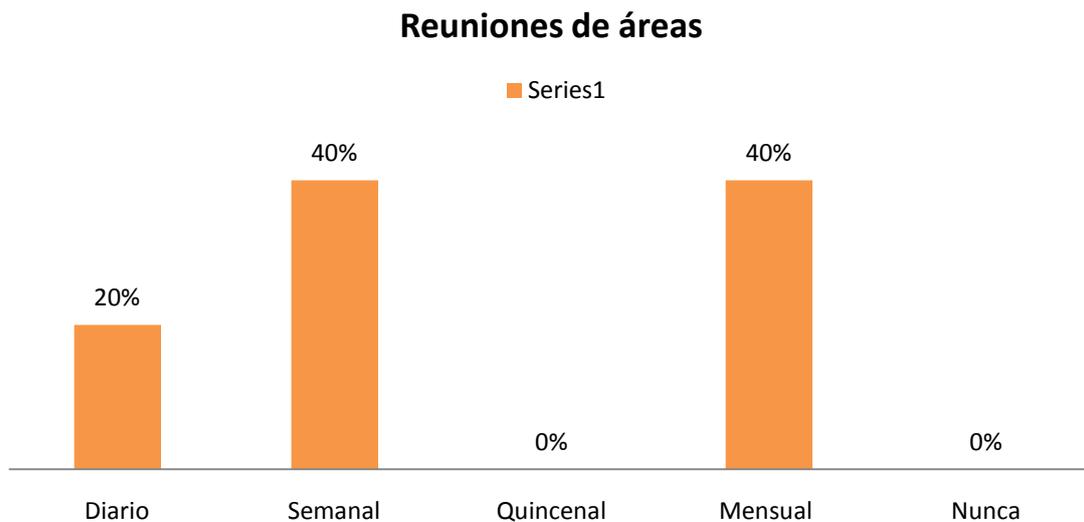
Teléfono		
Diario	3	60%
Semanal	2	40%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Nunca	0	0%
Total	5	100%

Teléfono



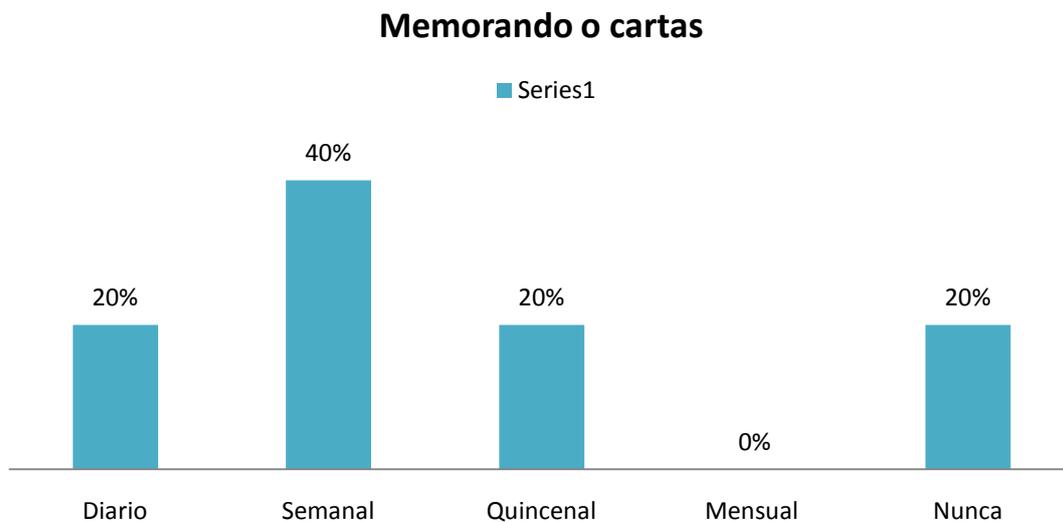
Un 60% de los coordinadores recibe información vía telefónica diariamente frente a un 40% que lo hace semanalmente. Por lo que se puede concluir que la vía telefónica es un medio regular para recibir información entre los coordinadores.

Reuniones de áreas		
Diario	1	20%
Semanal	2	40%
Quincenal	0	0%
Mensual	2	40%
Nunca	0	0%
Total	5	100%



Entre los coordinadores existe una percepción compartida del 40% entre la frecuencia de las reuniones de área tanto semanal como mensual y el 20% afirma que tiene reuniones de área a diario. Por lo que se puede decir que la herramienta no tiene una frecuencia establecida, se convoca a reunión es según la necesidad del momento.

Memorando o cartas		
Diario	1	20%
Semanal	2	40%
Quincenal	1	20%
Mensual	0	0%
Nunca	1	20%
Total	5	100%

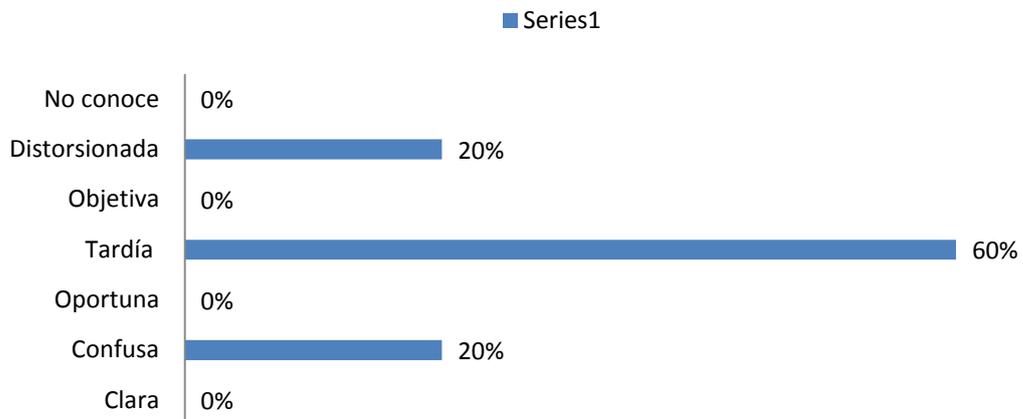


El 40% de los tutores indican que reciben memorandos o cartas del SED semanalmente, mientras que un 60% tiene una percepción de recibir información por este medio a diario, quincenal o nunca. De igual manera a la pregunta anterior, la frecuencia de los memorandos o cartas depende de la necesidad de informar del SED.

9. Marque con una X y califique la calidad de los mensajes que recibe por parte del SED.

Clara	Confusa	Oportuna	Tardía	Objetiva	Distorsionada	No conoce	
0	1	0	3	0	1	0	5
0%	20%	0%	60%	0%	20%	0%	100%

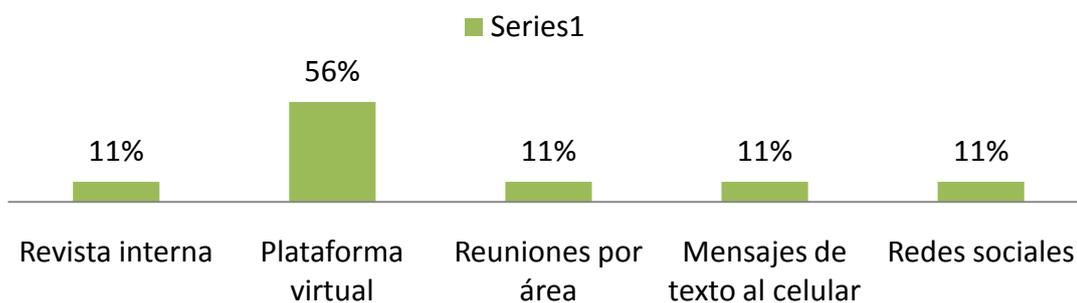
9. Marque con una X y califique la calidad de los mensajes que recibe por parte del SED.



El 60% de los coordinadores califica la calidad de los mensajes que recibe como tardíos, frente a un 40% que los califica como confusos y distorsionados. Por lo que se puede observar, falta claridad en los mensajes que envía el SED.

10. De las siguientes opciones, ¿Por cuál herramienta de comunicación le gustaría recibir información del SED? Puede escoger más de una		
Revista interna	1	11%
Plataforma virtual	5	56%
Reuniones por área	1	11%
Mensajes de texto al celular	1	11%
Redes sociales	1	11%
TOTAL	9	100%

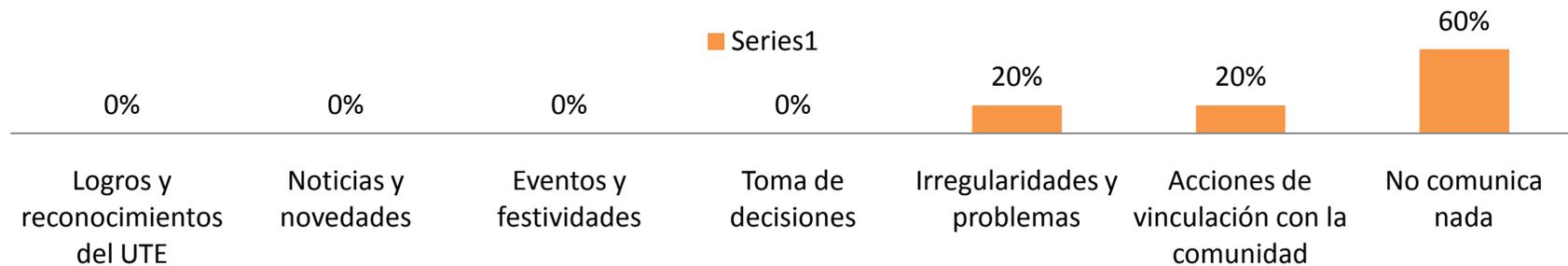
10. De las siguientes opciones, ¿Por cuál herramienta de comunicación le gustaría recibir información del SED? Puede escoger más de una



El 56% de los encuestados afirman que les gustaría recibir información del SED a través de la plataforma, mientras que las herramientas de revista interna, reuniones de área, mensajes de texto al celular y redes sociales reciben un 11% de aceptación de los coordinadores como medios de comunicación. Según estas estadísticas la plataforma virtual es el mejor medio para informar a los coordinadores.

11. Según su criterio, indique que temas informa el Sistema de educación a distancia, a los coordinadores.		
Logros y reconocimientos de la UTE	0	0%
Noticias y novedades	0	0%
Eventos y festividades	0	0%
Toma de decisiones	0	0%
Irregularidades y problemas	1	20%
Acciones de vinculación con la comunidad	1	20%
No comunica nada	3	60%
TOTAL	5	100%

11. Según su criterio, indique que temas informa el Sistema de educación a distancia, a los coordinadores.

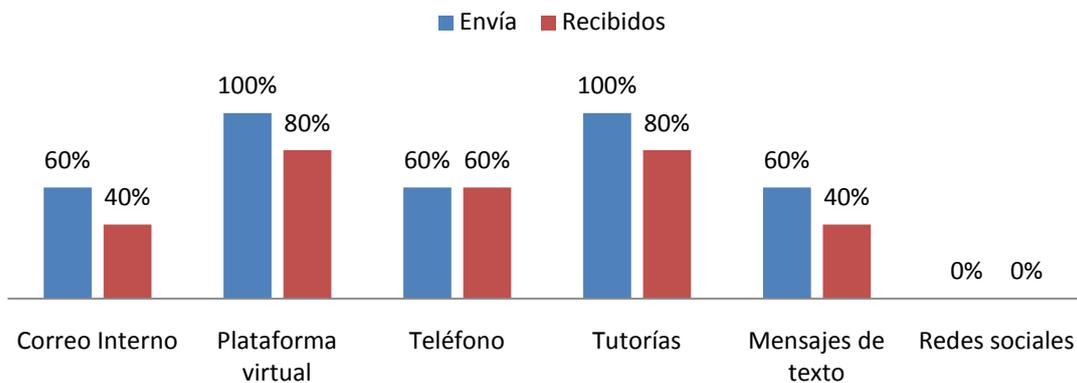


El 60% de los coordinadores indica que el SED no comunica nada, frente a un 20% que indica que es informado sobre acciones de vinculación con la comunidad y el otro 20% recibe información sobre irregularidades y problemas. Dando como resultado una percepción de desinformación de los coordinadores del SED.

12. De las siguientes opciones, indique con una X el medio por el que usted envía y recibe información de sus estudiantes.

Medio	Envía	Envía	Recibidos	Recibidos
Correo Interno	3	60%	2	40%
Plataforma virtual	5	100%	4	80%
Teléfono	3	60%	3	60%
Tutorías	5	100%	4	80%
Mensajes de texto	3	60%	2	40%
Redes sociales	0	0%	0	0%
	5	100%	5	100%

12. De las siguientes opciones, indique con una X el medio por el que usted envía y recibe información de sus estudiantes.

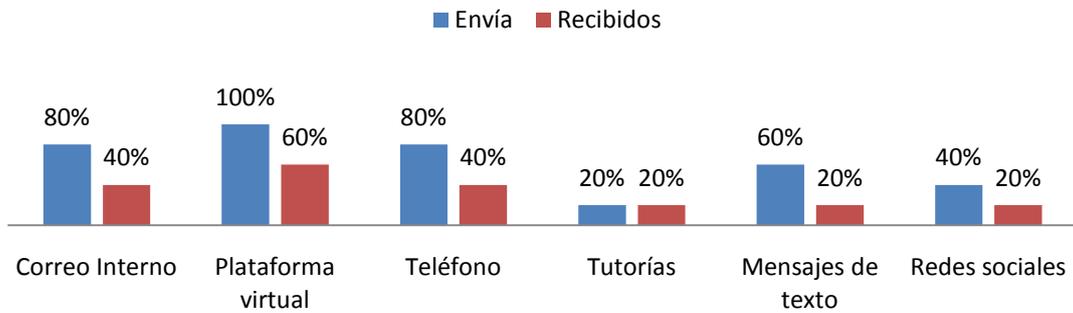


El 60% de los tutores envían información por correo electrónico a los estudiantes y el 40% reciben información de ellos por este medio. El 100% de los coordinadores envían información a los estudiantes por medio de plataforma virtual mientras que el 80% reciben información. El 60% envía y recibe información a sus estudiantes vía telefónica. El 100% informa en tutorías y el 80% de los coordinadores reciben información de los estudiantes de la misma forma. El 60% de los coordinadores envía información a los estudiantes por mensajes de texto y un 40% recibe de sus estudiantes por el mismo medio. Por lo que se puede concluir que la plataforma virtual y tutorías son los medios más importantes para la comunicación con los estudiantes del SED.

13. De las siguientes opciones, indique con una X el medio por el que usted envía y recibe información de sus tutores.

Medio	Envía	Envía	Recibidos	Recibidos
Correo Interno	4	80%	2	40%
Plataforma virtual	5	100%	3	60%
Teléfono	4	80%	2	40%
Tutorías	1	20%	1	20%
Mensajes de texto	3	60%	1	20%
Redes sociales	2	40%	1	20%
	5	100%	5	100%

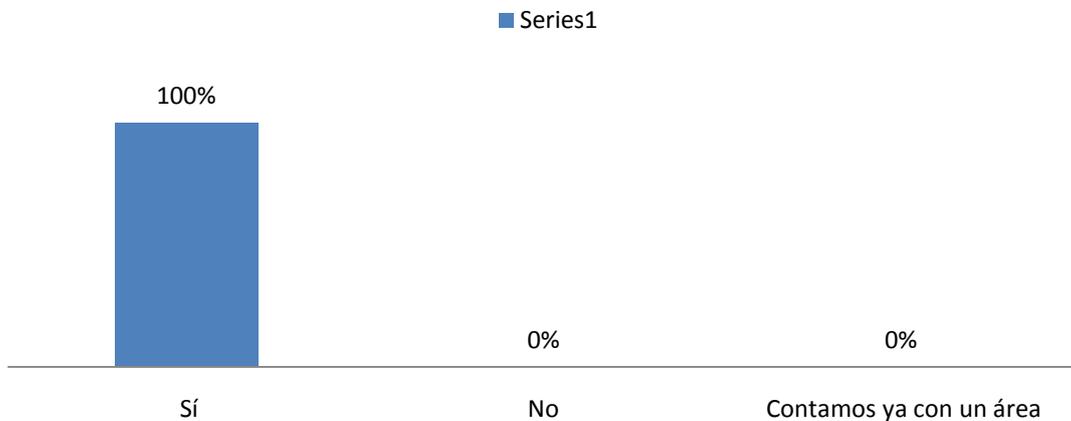
13. De las siguientes opciones, indique con una X el medio por el que usted envía y recibe información de sus tutores.



El 80% de los coordinadores envía información a sus tutores a través de correo y un 40% reciben información por este medio de sus tutores. El 100% de los coordinadores afirma que envían información a sus tutores por medio de la plataforma virtual y un 60% de los coordinadores indican que sus tutores se comunican a través de la plataforma. El 80% de los coordinadores envían información a través del teléfono a sus tutores, mientras que el 40% reciben una contestación vía telefónica por parte de sus tutores. El 20% de los coordinadores recibe y envía información por medio de tutorías. El 60% envía mensajes de texto a sus tutores, y el 20% recibe mensajes de texto de los mismos. El 40% de los coordinadores envía información por redes sociales y el 20% recibe información por la misma vía. Las estadísticas favorecen al uso de la plataforma virtual para la comunicación entre coordinadores y tutores del SED.

14. ¿Considera usted que el SED requiere de un área especializada en comunicación?		
Sí	5	100%
No	0	0%
Contamos ya con un área	0	0%
Total	5	100%

14. ¿Considera usted que el SED requiere de un área especializada en comunicación?



El 100% de los tutores afirma que el SED requiere de un área especializada en comunicación. Por lo que se puede concluir que los coordinadores tienen la percepción de que la comunicación puede optimizarse mediante un área especializada en comunicación organizacional.

Anexo 10: POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

- Introducción

Una de las bases de desarrollo de la Universidad Tecnológica Equinoccial es la comunicación, la misma que posibilita la cohesión de los procesos que se cumplen para alcanzar los objetivos institucionales de la Universidad.

La comunicación busca establecer procedimientos que contribuyan a mejorar las relaciones de construcción de sentido al interior de la Institución, informando oportuna y verazmente, recogiendo y resolviendo las demandas informativas de la comunidad, para de esta manera generar credibilidad en la población objetivo.

Tomando estos antecedentes, el Sistema de educación distancia de la UTE requiere definir políticas que apoyen a la gestión de comunicación entre las unidades académicas, administrativas, y los estamentos universitarios, de tal forma que toda la comunidad universitaria tenga información clara y transparente del quehacer diario de la SED de la UTE, con ello se logrará fortalecer el sentido de pertinencia y la interacción con el público interno.

- Objetivo:

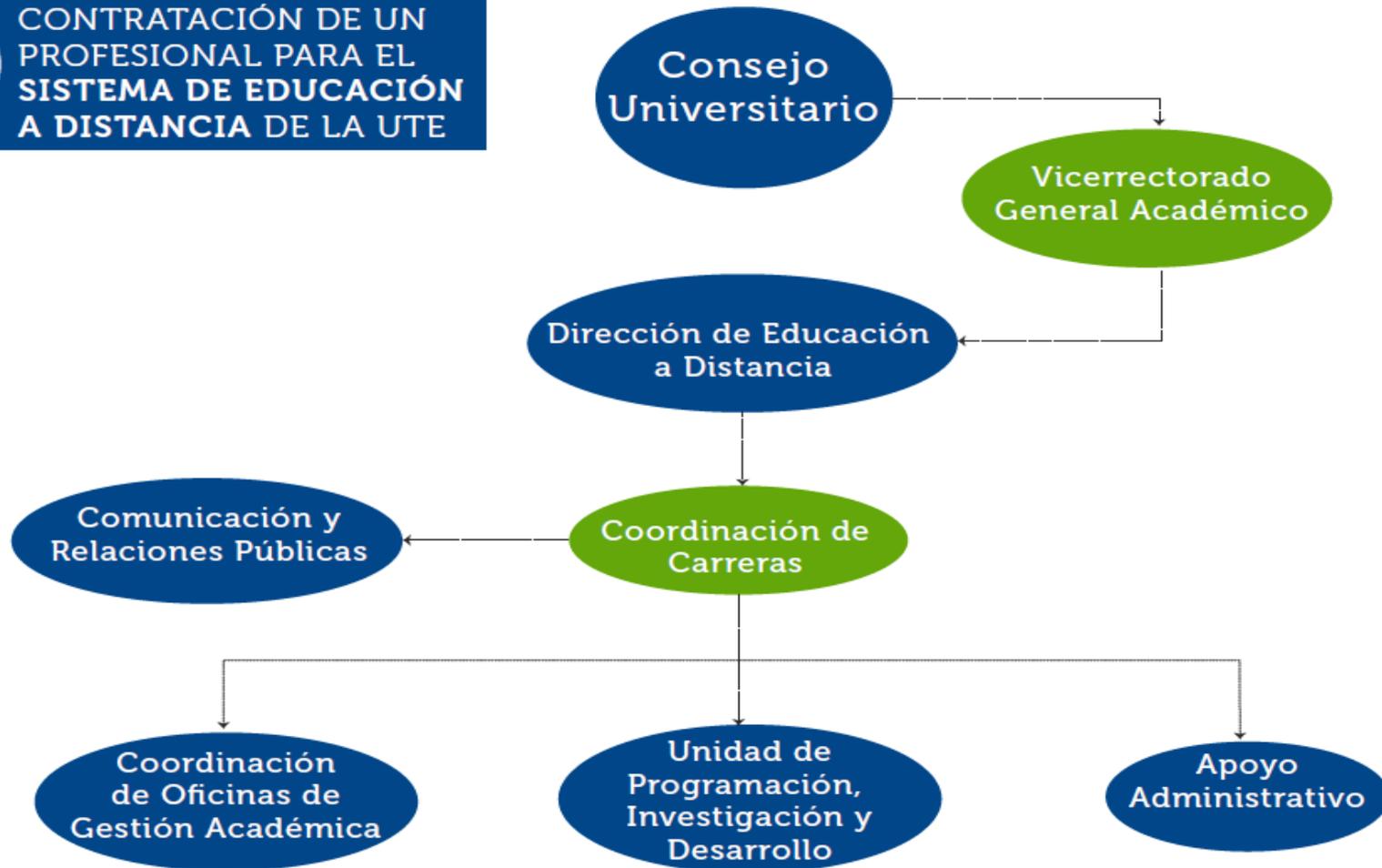
Ofrecer al público interno del Sistema de educación a distancia (SED) de manera eficaz y oportunamente la información necesaria para el desarrollo de sus actividades institucionales procurando mejorar el flujo de información y mensajes que se generan dentro del SED.

3. Políticas

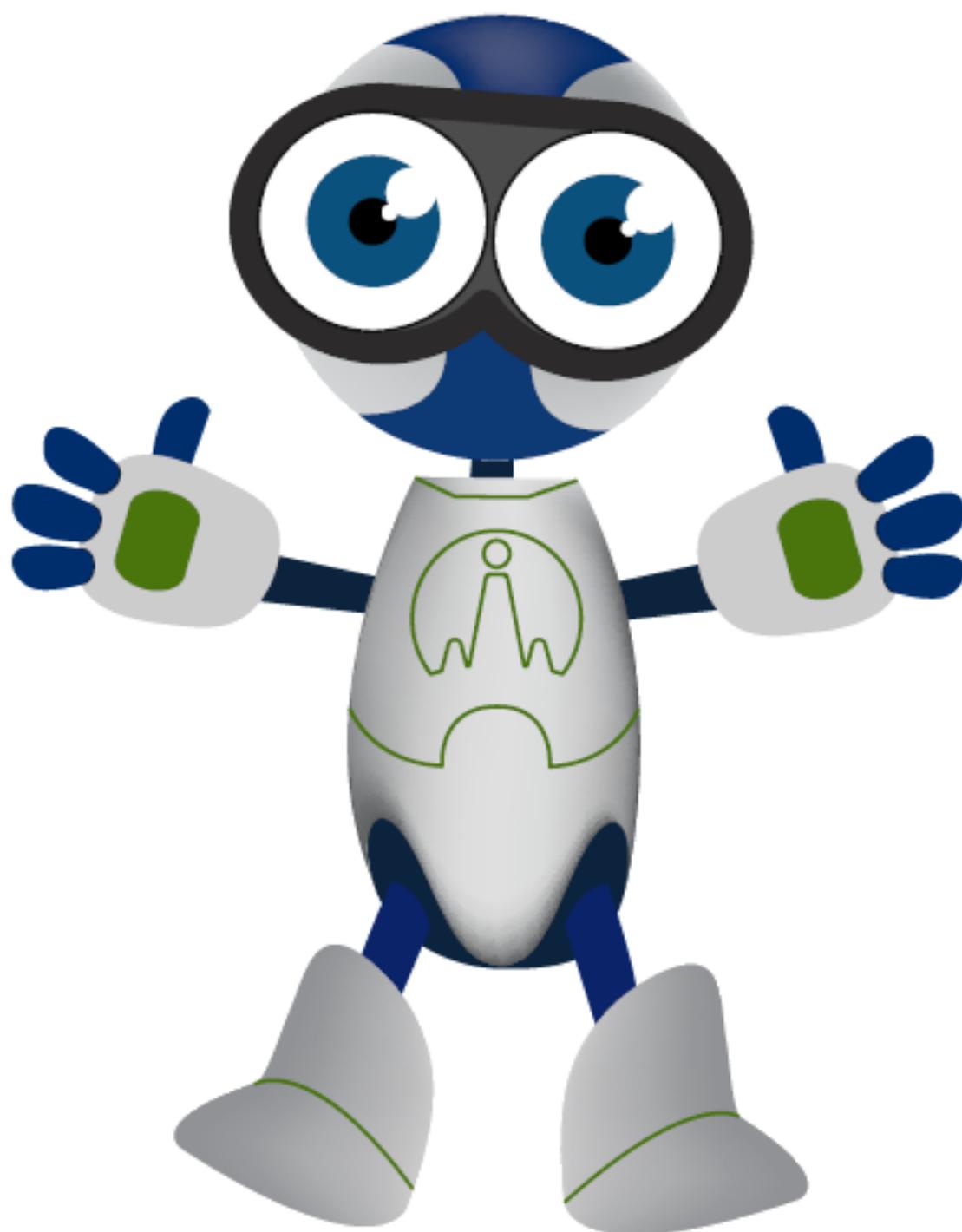
- El Rector es el vocero principal de la Universidad Tecnológica Equinoccial. En el caso que lo considere conveniente, el rector podrá delegar esta función a otra autoridad.
- Los mensajes que emita el SED deben ser: coherentes, oportunos, relevantes y veraces.

- La comunicación que maneje el SED deberá proyectar la imagen integral de la Universidad, procurando evitar distorsionarla con opiniones o acciones que desvirtúen los fines principales de la Institución.
- Los objetivos de la comunicación deben ser congruentes con las políticas y estrategias académicas, administrativas y financieras de la UTE.
- La gestión de comunicación del SED debe ir orientada a la realidad y requerimientos de la Universidad.
- Todo la información que genera la UTE debe ser difundida a nivel interno, ya que si no existe comunicación interna, no se puede transmitir el mensaje hacia el exterior.

Anexo 11: Contratación de un profesional para el sistema de educación a distancias de la UTE



VIRTUALITO



Anexo 13: Diseño de tutoriales virtuales para las diferentes funciones de la plataforma virtual.





Universidad Tecnológica Equinoccial

[English](#) [Español](#)

Inscripciones y
Homologaciones otra Universidad



Concurso de
merecimientos y oposición

[Inscripciones](#)

[Pregrado](#)

[Posgrado](#)

[Distancia](#)

[Contáctenos](#)

EVENTOS Y NOTICIAS
 TALLER PROFESIONAL 2015


[En Línea](#)

[UTV](#)

[Radio](#)

[Biblioteca](#)

[Correo](#)

[QUITO / SANTO DOMINGO / SANTA ELENA](#)



TUTORIAL

La Universidad

- Autoridades Académicas
- Rectorado
- Misión, Visión y Valores ...
- Innovación y Excelencia E...

Programas Académicos

- Calendario Académico
- Pregrado
- Posgrados
- Distancia



Servicios

- Sistema de Trámites
- Biblioteca
- Centro Médico
- Documentos para Trámites ...

Inscripciones

- Inscripciones
- Temarios y Resultados

Servicios Web

- Matriculas en Línea
- Paga tu Matrícula Aquí
- Complementos en Línea
- SISEG



DISEÑO DE TUTORIALES VIRTUALES PARA LAS DIFERENTES FUNCIONES DE LA PLATAFORMA VIRTUAL

CERRAR SESIÓN



RIVADENEIRA TREJO PAUL ESTEBAN
1703269189

UTE EN LÍNEA
ECUADOR

Para personalizar su portal, arrastre los aplicativos a las áreas de la derecha.

Usuario:

Contraseña:

INGRESAR

INGRESA TU NOMBRE DE USUARIO Y CONTRASEÑA PARA ACCEDER A TU PLATAFORMA



CAMPUS VIRTUAL

[Acceso al Campus Virtual](#)
No tiene mensajes nuevos

LEXUTE

Para ingresar al sistema de documentación legal de la ute, haga click aquí

SICYT

Para ingresar al Sistema de Información Científica y Tecnológica haga click aquí.

PRÁCTICAS Y GIRAS

No tiene mensajes, para ingresar al sistema haga click aquí

ESCUCHAT

Al momento se encuentra(n) conectado(s) 0 facilitador(es). Para ingresar al sistema haga click aquí.

SERVICIOS ESTUDIANTES

[Acceso a Servicios en Línea Estudiantes](#)



DISEÑO DE TUTORIALES VIRTUALES PARA LAS DIFERENTES FUNCIONES DE LA PLATAFORMA VIRTUAL

INICIO

CERRAR SESIÓN



Bienvenido, RIVADENEIRA TREJO PAUL ESTEBAN

CAMPUS VIRTUAL

[Campus Virtual](#) [Lexute](#) [Sicyt](#) [Prácticas y Giras](#) [Escuchat](#) [Servicios Estudiantes](#) [Trámites](#) [Seguimiento Planificación](#) [Utempleo](#) [Siseg](#)

UTE EN LÍNEA
Ecuador

LMS V20121127.0 ©Copyright 2006 - 2015 Instituto de Informática y Computación IDIC.

- Home
 - Mis Cursos
 - Cambiar contraseña
-
- Recursos compartidos
- Videoteca
 - Mensajería
 - Autoevaluación Fin de Carrera

Mis Cursos

Cursos Activos

No tiene mensajes nuevos

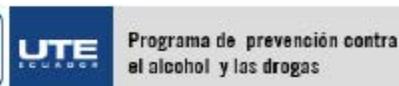
Materias Asignadas - Estudiante

Periodo	Carrera	Pensum	Curso / Materia	Paralelo	Profesor	Email	
AUJ	JORNADAS DE COMUNICACION UTE. CÓMO DISEÑAR CAMPAÑAS EXITOSAS	937	JORNADAS DE COMUNICACION UTE. CÓMO DISEÑAR CAMPAÑAS EXITOSAS	AUJ	*POR CONFIRMAR*	x 6452@ute.edu.ec	Ingresar

[Descargar Manual de uso de la plataforma \(Estudiante\)](#) [Requerimientos Técnicos uso WizIQ](#)

Requerimientos Hardware y Software WizIQ

Información:



Manual de

Conferencia de



DISEÑO DE TUTORIALES VIRTUALES PARA LAS DIFERENTES FUNCIONES DE LA PLATAFORMA VIRTUAL

INICIO

CERRAR SESIÓN



Bienvenido, RIVADENEIRA TREJO PAUL ESTEBAN

CAMPUS VIRTUAL

[Campus Virtual](#) [Lexuto](#) [Sicyt](#) [Prácticas y Giras](#) [Escuchat](#) [Servicios Estudiantes](#) [Trámites](#) [Seguimiento Planificación](#) [Utemplo](#) [Siseg](#)

UTE EN LÍNEA
ECUADOR

- Mis Cursos
 - Cambiar contraseña
- Recursos compartidos
- Videoteca
 - Mensajería
 - Autoevaluación Fin de Carrera
-
- Home - Curso
 - Contenido del Curso
 - Agenda
 - Calificaciones
 - Calendario
 - Foros
 - Chat
 - Tareas
 - Exámenes
 - Documentos
 - Directorio

Mis Cursos > JORNADAS DE COMUNICACION UTE. CÓMO DISEÑAR CAMPAÑAS EXITOSAS - AU

JORNADAS DE COMUNICACION UTE. CÓMO DISEÑAR CAMPAÑAS EXITOSAS - AU

No tiene mensajes nuevos

Estructura de herramientas

No existen herramientas planificadas para este curso



Herramientas del curso

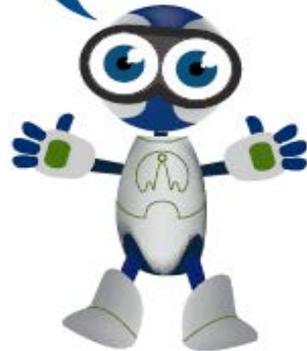




DISEÑO DE TUTORIALES VIRTUALES PARA LAS DIFERENTES FUNCIONES DE LA PLATAFORMA VIRTUAL

TODAS ESTAS HERRAMIENTAS PERMITEN AL ESTUDIANTE TENER INTERACCIÓN

YA SEA DIRECTAMENTE CON EL DOCENTE O CON LOS COMPAÑEROS DEL CURSO



Herramientas del curso



Contenido y avance del Curso



Agenda



Calificaciones



Calendario



Foros



Chat



Tareas



Exámenes



Documentos



Mensajería



Directorio



Recursos de interés

Anexo 14: Brindar el servicio de internet a domicilio “Conexión UTE”

BRINDAR EL SERVICIO DE INTERNET A DOMICILIO “Conexión UTE”



PERSONALIZA tu computador!!

todo lo que necesitas para estar en INTERNET!!!

BANDA ANCHA GRATIS
el costo de instalación!!!

MAYOR INFORMACIÓN
Telfs.: 02 2990800
ext. 2535 ó 2503
conexionute@ute.edu.ec
www.ute.edu.ec

El IDIC al servicio de la Comunidad Universitaria

Estos precios NO INCLUYEN I.V.A.



Personaliza TU COMPUTADOR

- Asesoría técnica.
- Más gama de Computadores de acuerdo a sus necesidades.
- Tecnología de vanguardia.
- Los MEJORES precios del mercado.
- Variedad de marcas para la elección.
- Novedades de equipos.
- Instalación 5% del valor de la compra.

Internet Fibra Banda Ancha

Servicio de Novedad en la UTE. GRATIS.
- Instalación GRATIS. Inscripción 1.500.000.

600/250	Banda ancha ADSL	\$17,50
1024/250	Banda ancha ADSL	\$23,50
1400/250	Banda ancha ADSL	\$28,40
1600/250	Banda ancha ADSL	\$35,90
2000/500	Banda ancha ADSL	\$44,90
3100/500	Banda ancha ADSL	\$58,50

Ventajas de nuestras computadoras:

- Tecnología de última generación con procesadores Intel Core 2 Duo.
- Mainboard Intel.
- Disco Duro con interfaz SATA.
- Gran capacidad de memoria DDR2.
- Pantalla de cristal líquido (LCD).
- Los precios ofrecidos son inferiores a los del mercado.

Servicio

- Garantía de hardware y software original de la empresa proveedora.
- Software instalado: Windows Vista y Microsoft Office (Word, Excel, Power Point).
- Software Microsoft H.264 gratis.
- Mantenimiento Técnico de software en el DDC, o LCD a base.
- Planes de financiamiento de interés para el personal docente y administrativos interesados.
- El interesado podrá solicitar un préstamo de financiamiento con tarjeta de crédito con la empresa aliada.

INSCRIPCIONES Sistema de Trámites
www.ute.edu.ec

MAYOR INFORMACIÓN
Telfs.: 02 2990 800
ext. 2535 ó 2503
conexionute@ute.edu.ec

Anexo 15: Separadores de libros (ENFATIZADO LOS LIBROS “Conexión UTE”)



SEPARADORES DE LIBROS
(ENFATIZANDO LOS BENEFICIOS
"ConexiónUTE")

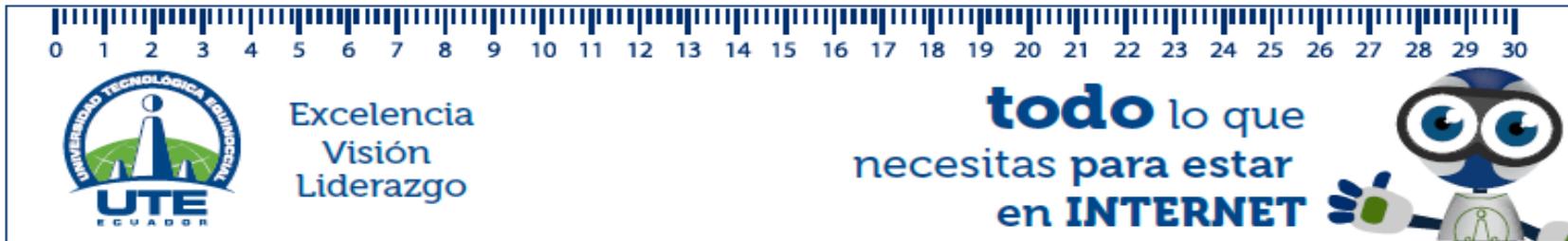


Conexión
UTE

Personaliza
tu computador

Internet Fijo
BANDA ANCHA

GRATIS
INSTALACIÓN



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

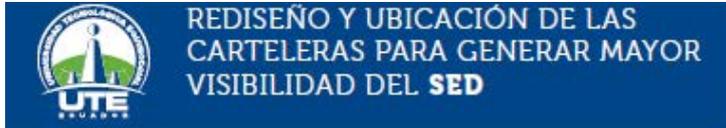


Excelencia
Visión
Liderazgo

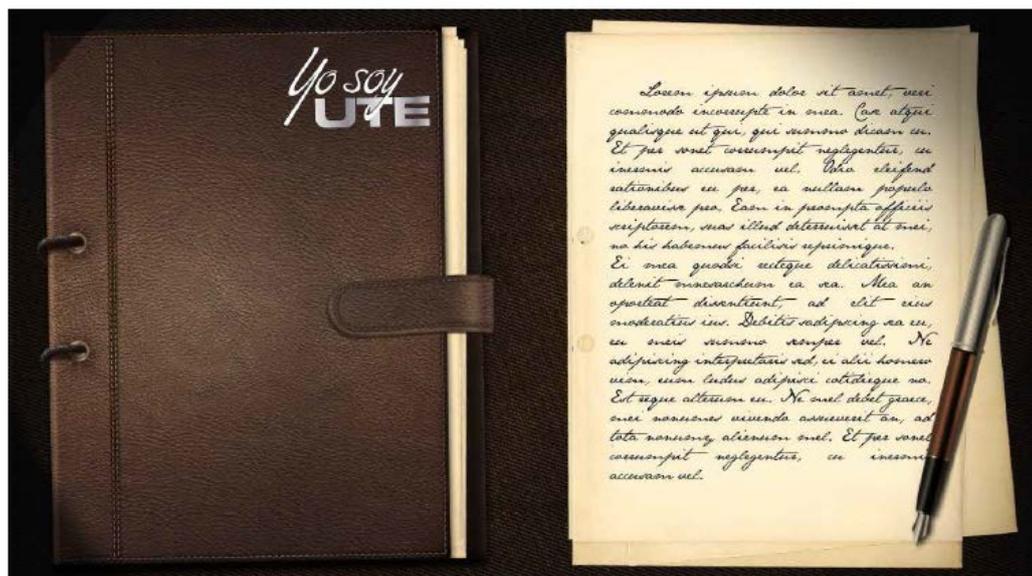
todo lo que
necesitas para estar
en INTERNET



Anexo 16: Rediseño y ubicación de las carteleras para generar mayor visibilidad del SED



Anexo 17: Entrega de un KIT



Anexo 18: Entrega de souvenirs con el logo de "YO SOY UTE"



Anexo 19: Entrega de souvenirs con el logo "YO SOY UTE"



ENTREGA DE SOUVENIRES CON
EL LOGO DE "YO SOY UTE"

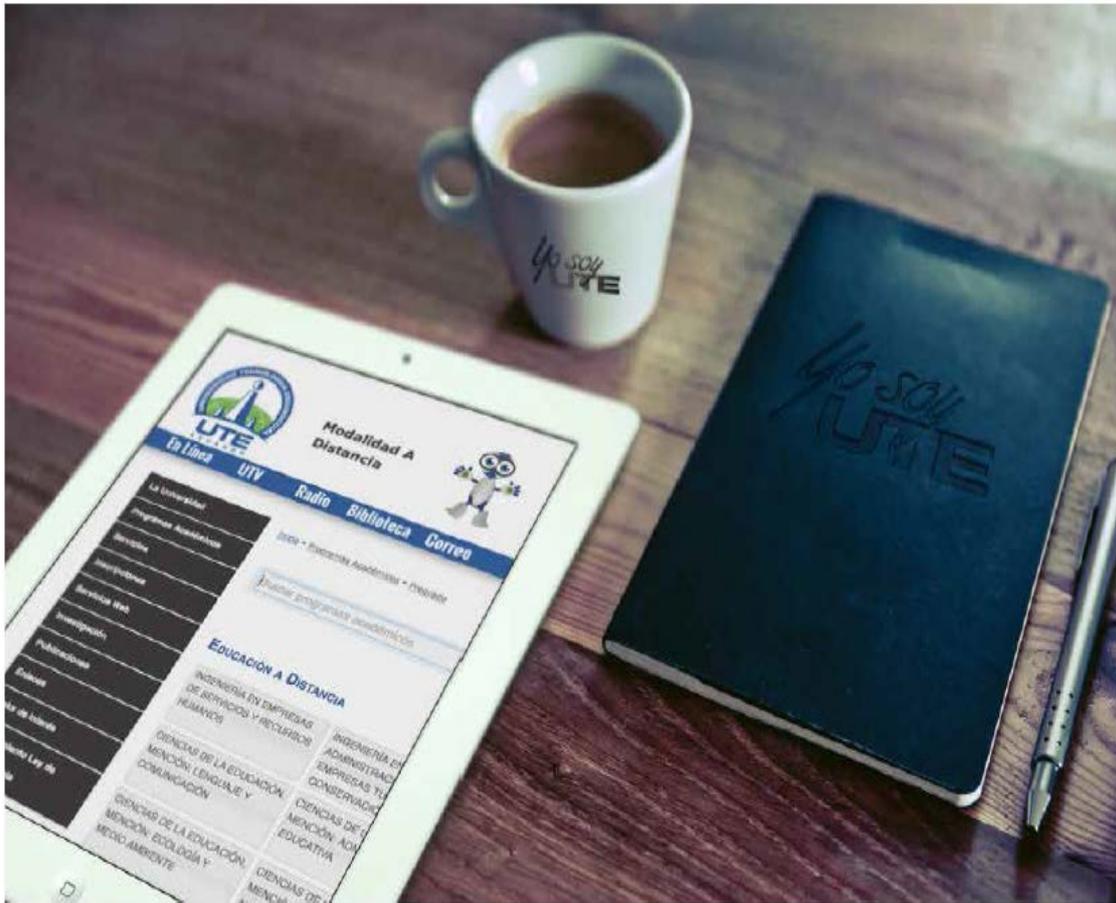


ENTREGA DE SOUVENIRES CON
EL LOGO DE "YO SOY UTE"





ENTREGA DE SOUVENIRES CON EL LOGO DE "YO SOY UTE"





ENTREGA DE SOUVENIRES CON
EL LOGO DE "YO SOY UTE"



Anexo 20: Diseño de un folleto sobre los beneficios que tienen los estudiantes del SED de la UTE



PARTE EXTERNA DEL FOLLETO



PARTE INTERNA DEL FOLLETO