



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**Elaboración del Plan Estratégico de Comunicación Externa para el
Instituto Técnico Superior Sucúa (ITSS), año 2014.**

TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

AUTORA: Mueses Pinduisaca, María Clara

DIRECTOR: Albuja Batallas, Andrés Fabián

CENTRO UNIVERSITARIO SUCÚA

2015

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

Doctor.

Andrés Fabián Albuja Batallas

DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

El presente trabajo de fin de maestría, denominado: Elaboración del Plan Estratégico de Comunicación Externa para el Instituto Técnico Superior Sucúa (ITSS), año 2014, realizado por María Clara Mueses Pinduisaca, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, febrero de 2015

f).

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Mueses Pinduisaca María Clara declaro ser autora del presente trabajo de fin de maestría: Elaboración del Plan Estratégico de Comunicación Externa para el Instituto Técnico Superior Sucúa (ITSS), año 2014, de la Titulación Magister en Gestión Empresarial, siendo Andrés Fabián Albuja Batallas director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.....

Autora: Mueses Pinduisaca María Clara

Cédula: 1500580491

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis
a Dios y a mis hijos.
A Dios porque ha estado conmigo
a cada paso que doy,
cuidándome y dándome fortaleza
para continuar. A mis hijos
con mucho amor y cariño
les dedico todo mi esfuerzo
y trabajo puesto para
la realización de esta tesis

AGRADECIMIENTO

Los resultados de este trabajo de tesis,
están dedicados a todas aquellas personas que,
de alguna forma, son parte de su culminación.

Mis sinceros agradecimientos están dirigidos
hacia el personal del Instituto Técnico Superior Sucúa,
quienes con su ayuda desinteresada,
me brindaron información relevante

y muy cercana a la realidad de las necesidades.

A mi familia por siempre brindarme su apoyo sentimental.

Pero, principalmente mis agradecimientos están dirigidos
a mi Tutor de tesis y amigo, Andrés Albuja,
sin el cual no hubiese podido salir adelante.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: CONCEPTOS FUNDAMENTALES	6
1.1 Comunicación organizacional.....	7
1.2 Tipos de comunicación organizacional	8
1.2.1 Comunicación externa.	8
1.2.2 Comunicación interna.	9
1.3 Planificación de la comunicación	12
1.3.1 Planificación estratégica.	13
1.3.2 Marketing.....	14
1.4. Identidad corporativa	15
1.4.1 Imagen corporativa.	16
1.4.2 Posicionamiento.....	16
CAPÍTULO II: INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR SUCÚA.....	18
2.1. Antecedentes	19
2.2 Situación actual.....	19
2.3 Planes y programas ITSS.....	20
2.3.1 Contabilidad de costos.....	22
2.3.2 Programación de Sistemas.....	24
2.3.3 Técnico Superior en Atención Primaria de Salud (TAPS)	27
2.3.3.1 Distribución de ciclos por ejes transversales.	28
2.3.3.2 Distribución de asignaturas	30
2.4 Identidad visual	30
2.5. Públicos.....	32
2.5.1 Publico interno.	32
2.5.2 Publico externo.	32
2.6 Comunicación corporativa	32

2.7 Diagnóstico externo	33
2.7.1. Análisis de los usuarios.	33
2.7.2 Resultados obtenidos.	34
2.8 Análisis del entorno	39
2.8.1 Análisis de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos PEST ...	39
2.8.2 Análisis sectorial de la Educación Superior.	42
2.8.3 Base legal normativa (Educación Superior, SENESCYT, CES).....	43
2.8.4 Alineación de la gestión del ITSS a Políticas Públicas del Plan Nacional para el Buen Vivir.	45
2.9 Análisis competitivo	47
2.9.1 Análisis 5 fuerzas competitivas de Porter.	47
2.9.2 Conclusión general sobre la naturaleza del sector.	50
2.9.3 FODA.....	50
CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR SUCÚA	52
3.1 Objetivos	53
3.1.1 Objetivo general	53
3.1.2 Objetivos específicos	53
3.2 Análisis de la matriz FODA.....	54
3.3 Estrategias de comunicación.....	58
3.4 Plan de comunicación externa	59
3.4.1 Objetivo general	59
3.4.2 Objetivos específicos	59
3.5 Herramientas web 2.0.....	64
3.6 Presupuesto del plan estratégico de comunicación externa	65
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	69
BIBLIOGRAFÍA	71
ANEXOS	74

RESUMEN

La comunicación externa es el pilar fundamental de la institución y mediante ella se mantienen informados a los públicos objetivos de las diferentes actividades y servicios que ofrece el ITSS, el Plan Estratégico de Comunicación Externa promueve la identidad del Instituto y consolida su imagen corporativa en el sector educativo provincial; permite difundir las nuevas carreras del Instituto Técnico Superior Sucúa y la situación actual de su entorno, se llevó a cabo un diagnóstico tanto de comunicación interna como externa que permitió identificar las desviaciones respecto a este ámbito. Posteriormente, tomando en cuenta estos resultados, se plantó una propuesta, que no sólo apunta a la solución de desviaciones, aporta una estrategia de comunicación que engloba las herramientas que se adecua y permite comunicar la estrategia de la institución, considerando la filosofía empresarial para posicionarla de manera más competitiva.

De esta forma se aprovecha la evolución de la comunicación digital mediante una estrategia activa (página web) en materia de comunicación que permita dar a conocer toda la información referente a la institución y así mantener bien informados a sus públicos externos.

PALABRAS CLAVES: Plan estratégico, comunicación externa, institución.

ABSTRACT

External communication is the cornerstone of the institution and it is kept informed by the public goals of the different activities and services offered by the ITSS, the Strategic Plan External Communication Institute promotes identity and consolidates its corporate image in the sector provincial education; allows broadcast reruns Sucúa Superior Technical Institute and the current state of its environment, conducted a diagnosis of both internal and external communication that identified deviations from this area. Subsequently, taking into account these results, a proposal that not only aims to solve deviations are planted, provides a communication strategy that encompasses tools that fits and allows communicating the strategy of the institution, considering the business philosophy to locate more competitively.

Thus the evolution of digital communication is used by an active strategy (website) in communication permits to release all information concerning the institution and keep well informed its external audiences.

KEYWORDS: Strategic Plan, external communication, institution.

INTRODUCCIÓN

El Instituto Técnico Superior Sucúa, tiene 17 años de vida institucional, durante este tiempo ha ofertado varias carreras técnicas a un reducido número de estudiantes que se han beneficiado de su servicio educativo, por falta de conocimiento de las nuevas tecnologías y el uso de herramientas sociales y los recursos propios de la web 2.0 lo que no ha permitido proyectar una imagen favorable de la institución, una mayor participación y colaboración de los usuarios para expresarse, opinar, buscar y obtener información, construir el conocimiento, compartir contenidos, interrelacionarse, etc.; disminuyendo su posicionamiento de su imagen corporativa con su público objetivo que son los bachilleres, que actualmente se encuentran desinformados o mal informados sobre los programas educativos que presta el ITSS.

De esta forma se aprovechó la evolución de la comunicación digital mediante una estrategia activa en materia de comunicación que permitió dar a conocer toda la información referente a la institución y así mantener bien informados a sus públicos externos.

Para una mejor comprensión del trabajo realizado se dividió en capítulos los mismos que constan de:

El capítulo I, trata sobre conceptos fundamentales de comunicación organizacional, tipos de comunicación organizacional, planificación de la comunicación e identidad corporativa están ligados al plan estratégico de comunicación externa estudiado.

El capítulo II, consta de los antecedentes, planes y programas, identidad visual, públicos, comunicación corporativa y diagnóstico externo del Instituto Técnico Superior Sucúa

El capítulo III, está constituido de los objetivos, matriz FODA, estrategias de comunicación, planeación, herramientas web 2.0 y presupuesto del Plan Estratégico de Comunicación Externa

La comunicación externa es el pilar fundamental, mantiene informados a los públicos objetivos de las diferentes actividades y beneficios que ofrece la institución, el Plan Estratégico de Comunicación Externa promovió la identidad del Instituto y consolidó su imagen corporativa en el sector educativo provincial. En ese sentido, el plan se enmarcó en un modelo de comunicación que construyó espacios y herramientas de diálogo con la

ciudadanía, desarrolló capacidades que fortalecieron la cultura institucional para asumir la comunicación como un ejercicio público y democrático; caracterizado por la relación permanente con diversos participantes y el fortalecimiento de la idea de ciudadanía en tanto portadora de derechos y responsabilidades respecto a lo público. Lo realizó en el marco de los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública, garantizados por el Ecuador como estado constitucional de derechos y justicia; permitió difundir las nuevas carreras del Instituto Técnico Superior Sucúa y la situación actual de su entorno, se llevó a cabo un diagnóstico tanto de comunicación interna como externa que permitió identificar las desviaciones respecto a este ámbito. Posteriormente, tomando en cuenta estos resultados, se planteó una propuesta que aportó una estrategia de comunicación para el posicionamiento de la Imagen Corporativa del ITSS, aprovechando y optimizando las nuevas tecnologías en la comunicación, empleando herramientas sociales y los recursos propios de la WEB 2.0; considerando la filosofía empresarial y posicionando a la institución de la manera más competitiva.

Se empleó una investigación descriptiva para determinar las causas que ocasionaron la falta de una efectiva comunicación externa, se realizó una investigación documental con la revisión de documentos de la Institución, con el fin de conocer su trayectoria y recolectar información para el diseño de las diferentes estrategias de comunicación externa que beneficiaron al ITSS. Además, se revisó textos para buscar las diferentes estrategias de comunicación que permitan posicionar la imagen corporativa de la Institución. Fue cuantitativa porque se tabuló y graficó los datos institucionales y los los datos obtenidos de las encuestas y fue cualitativa porque los resultados fueron analizados e interpretados.

Se empleó una investigación de campo para recabar información verídica en el lugar de los hechos y realizar un diagnóstico para determinar los factores que facilitaron o limitaron el papel de la comunicación externa.

Las técnicas utilizadas son la entrevista realizada al rector del ITSS para obtener información de la institución y conocer sus requerimientos con respecto a las expectativas del plan de comunicación, y la encuesta aplicada a los bachilleres para conocer el grado de conocimiento que puedan tener acerca de las actividades y servicios educativos del ITSS.

Planteamiento del problema

El Instituto Técnico Superior Sucúa, tiene 17 años de ofertar educación superior, durante este tiempo ha ofertado varias carreras técnicas a un reducido número de estudiantes que se han beneficiado de su servicio educativo, por falta de conocimiento de las nuevas tecnologías y el uso de herramientas sociales y los recursos propios de la web 2.0 lo que no ha permitido proyectar una imagen favorable de la institución, una mayor participación y colaboración de los usuarios para expresarse, opinar, buscar y obtener información, construir el conocimiento, compartir contenidos, interrelacionarse, etc.; disminuyendo su posicionamiento de su imagen corporativa con su público objetivo que son los bachilleres, que actualmente se encuentran desinformados o mal informados sobre los programas educativos que presta el ITSS. De esta forma se aprovecha la evolución de la comunicación digital mediante una estrategia activa en materia de comunicación que permita dar a conocer toda la información referente a la institución y así mantener bien informados a sus públicos externos.

Justificación

La comunicación externa es la base de toda institución, medio de la misma se mantienen informados a los públicos objetivos de las diferentes actividades y beneficios que ofrece, el Plan Estratégico de Comunicación Externa promueve la identidad del Instituto y consolida su imagen corporativa en el sector educativo provincial. En ese sentido, el plan se enmarca en un modelo de comunicación que construirá espacios y herramientas de diálogo con la ciudadanía, mientras desarrolla capacidades que fortalecen la cultura institucional para asumir la comunicación como un ejercicio público y democrático; caracterizada por la relación permanente con diversos interlocutores (medios, ciudadanía, Estado) y el fortalecimiento de la idea de ciudadanía en tanto portadora de derechos y responsabilidades respecto a lo público. Lo realiza en el marco de los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública, garantizados por el Ecuador como estado constitucional de derechos y justicia.

Además el Plan Estratégico de Comunicación Externa permite difundir las nuevas carreras del Instituto Técnico Superior Sucúa y la situación actual de su entorno, se llevó a cabo un diagnóstico que permitió identificar las desviaciones respecto a este ámbito. Posteriormente, tomando en cuenta estos resultados, se planteó una propuesta, que no sólo apunta a la solución de desviaciones, si no que aportó una estrategia de comunicación que englobó las

herramientas que se adecuaron y permitieron comunicar la estrategia de la organización, enfocándose en la filosofía empresarial.

Esto no quiere decir que la comunicación sea la clave del éxito, pero sí que forma parte de él, y de hecho a través de ella se va a acercar al mercado la imagen que se quiere proyectar de la institución, lo que va a permitir posicionarla de manera más competitiva.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un Plan Estratégico de Comunicación Externa para el Instituto Técnico Superior Sucúa, año 2014.

Objetivos específicos

1. Definir la imagen del Instituto Técnico Superior Sucúa para reforzar su identidad.
2. Analizar estrategias para el posicionamiento de la Imagen Corporativa del ITSS y conseguir un mejor aprovechamiento y optimización de las nuevas tecnologías en la comunicación, empleando herramientas sociales y los recursos propios de aquellos sitios web que facilitan el compartir información.
3. Determinar estrategias y herramientas de comunicación para establecer información efectiva y directa comunidad educativa y la sociedad en general.

Metodología

Para el diseño de la investigación de este trabajo de grado, por el problema se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

No Experimental: debido a que los datos se obtuvieron de registros que mantiene la institución, los cuales no se sometieron a verificación ni comprobación.

Transversal: porque se determinó un tiempo para la recolección de datos, los mismos que fueron registros que mantiene la institución.

Descriptiva: porque se utilizó el método del análisis, la información recopilada sirvió para determinar los factores que afectaron la imagen institucional y proponer nuevas estrategias para mejorar identidad actual.

También fue una investigación bibliográfica, debido a que se recopiló información de diversas fuentes bibliográficas, ejemplo la fundamentación del marco teórico.

Además es histórica, los datos requeridos del personal de institución se tomó de registros de que mantiene en archivo la institución.

Explicativa: porque buscó encontrar causas y razones que provocaron la baja imagen, las cuales están afectando su identidad institucional.

Es correlacional, debido a que se buscaron las causas que afectan y dificultan el incremento de estudiantes en las diferentes carreras, lo cual conlleva a un cierre de carrera.

Por su Naturaleza fue una investigación Cuantitativa: porque se utilizó la técnica de recolección de datos mediante encuestas, las mismas que fueron realizadas a los estudiantes de tercer año de bachillerato de once instituciones educativas de los cantones Morona y Sucúa y cuyos datos se sometieron a tabulación.

También fue Cualitativa, porque se pretendió explicar las razones por las cuales existe un descenso de la imagen institucional y también las razones por las cuales los servicios ofertados por la institución no son acogidos por los bachilleres.

Y por el lugar en donde se realizó la investigación, es de campo; la información se la recopiló directamente del Instituto Técnico Superior Sucúa, que está ubicada en las calles Efrén Zúñiga y Luis Sangurima (esquina), además se realizaron encuestas a los estudiantes de tercer año de bachillerato en cada la institución educativa.

CAPÍTULO I: CONCEPTOS FUNDAMENTALES

1.1 Comunicación organizacional

Actualmente, el estudio de las organizaciones se ha convertido en un aspecto primordial, no solo porque puede representar un modo eficaz de lucro, sino también, por el elemento humano que lo conforma. Sin duda, su existencia se remota a miles de años atrás, desde los inicios de la humanidad los seres humanos han buscado alcanzar sus objetivos de manera colectiva. Es así que en cada situación de nuestra vida somos partes de las organizaciones aunque a veces no lo notemos.

Al ser parte de una organización, cualquiera que sea su tamaño o tipo, la comunicación cumple un papel fundamental, este proceso es la comunicación organizacional y según Rodríguez I. (2009), “esta disciplina o conjunto de conocimientos sistematizados sobre una materia se centra en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, entre éstos y el público externo y así fortalecer y mejorar la identidad y desempeño de las entidades”.

La comunicación organizacional, es un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización y su medio influye en las opiniones y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que la institución cumpla mejor y ágilmente con sus objetivos planteados.

El mensaje, el tiempo y el lugar, entre otros; permiten que las organizaciones trabajen y progresen, son necesarios estos componentes para que sus miembros se sientan identificados con ella y cooperen en la consecución de metas. Si la comunicación no es organizada surgen varios problemas tanto para la imagen que se quiere proyectar como al interior de la organización.

Una comunicación organizada debe saber a dónde direccionarse, debe ser instrumentada con dispositivos acordes a lo que se quiere comunicar, debe adaptarse a la integración de varios sistemas que conforman la institución y finalmente debe ser flexible.

La importancia del comunicador organizacional radica en su función de crear estrategias que permitan un progreso notable en la consecución de metas, es el encargado de transmitir de una manera eficaz la filosofía, tareas y las reglas de la organización; plantea técnicas que permiten sobrellevar una crisis y cumple con la función de armonizar la relación entre los

empleados y buscar una solución exitosa ante cualquier dificultad que atravesase la institución.

Una de las principales funciones de la comunicación organizacional es coordinar y canalizar el plan o la estrategia de comunicación de la organización; gestionar acciones encaminadas a mejorar la imagen institucional; potenciar, desarrollar y difundir la actividad de comunicación; conseguir que esta sea clara, veraz, transparente; mantener estrecha relación de colaboración con los medios y verificar y controlar la calidad e incidencias informativas y publicitarias de todas las acciones de comunicación.

1.2 Tipos de comunicación organizacional

1.2.1 Comunicación externa.

TACARONTE, A. (2009) menciona que “Se encarga de mantener puntualmente informados a sus públicos objetivos, con claridad, transparencia y oportunidad, de lo que quiere hacer la empresa, de lo que hace y de los resultados de su actuación. Su objetivo principal es trasladar a la dirección y a su equipo el eco de la opinión pública y de los medios de comunicación, en relación a los temas trascendentes generales y de aquellos otros que encajen en la órbita de acción de la entidad”. (p. 8)

Sus principales funciones se basan en gestionar una imagen acorde con las necesidades del entorno, así también como relacionar a la empresa con el público externo mediante el dialogo con el fin de construir una imagen favorable en beneficio de la empresa logrando siempre que ésta supere a su competencia.

Mantiene informados a sus públicos objetivos, con claridad, transparencia y oportunidad, de las metas de la institución, de su actividad y de los resultados de su actuación. Su objetivo principal es trasladar a la dirección y a su equipo el eco de la opinión pública y de los medios de comunicación, en relación a los temas trascendentes generales y de aquellos otros que articulen en el ámbito de acción de la institución.

Sus principales funciones se basan en gestionar una imagen acorde con las necesidades del entorno, así también como relacionar a la empresa con el público externo mediante el dialogo con el fin de construir una imagen favorable en beneficio de la institución logrando siempre que ésta supere a su competencia.

Según: <http://www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4371/la-comunicacion-externa-en-la-empresa/>, de fecha 23 de mayo de 2014, menciona:

“Comunicación externa estratégica. Consiste en conocer los datos de la competencia, las variables económicas y su evolución así como los cambios en legislación laboral y muchos más, con el fin de alcanzar una posición competitiva en el mercado.

Comunicación externa operativa. Se utiliza para el desarrollo diario de la actividad de la empresa, y es la más importante a nivel de conocer ya que es la que lleva todas las comunicaciones públicas externas de la empresa, tanto con proveedores, clientes, competidores, administraciones, etc.

Comunicación externa de notoriedad. Quiere dar a conocer a la empresa, tanto en mejorar la imagen como dar a conocer los productos. Es la que se encarga de la promoción, marketing, publicidad, patrocinios y otras actividades que hacen conocida la empresa de cara al exterior”.

Comunicación externa operativa, los miembros de una organización tienen contacto con el exterior, su representatividad y la importancia de saber comunicar y manejar una imagen correcta de la institución con los clientes, proveedores y públicos.

Comunicación externa estratégica, crea y fortifica redes que puedan llegar a ser claves en la actividad que realiza la institución, se vincula con la estrategia de identificar captadores de información en el medio y se relaciona con actores involucrados en cargos educativos y autoridades de Instituciones de Educación Superior.

Comunicación externa de notoriedad, es manejado por la institución en general y cada empleado debe estar al tanto de todo y estar convencido de cada detalle con el fin de transmitirlo hacia el público externo; puesto que busca informar y dar a conocer sobre sus servicios educativos y el beneficio de adquirirlos, mediante la publicidad, promoción, donaciones, patrocinios, demostraciones.

1.2.2 Comunicación interna.

Es la comunicación dirigida al trabajador, como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido, de ahí que se esté convirtiendo en

uno de los grandes retos profesionales del siglo XXI, donde todavía son pocas las empresas que desarrollan una adecuada política de comunicación interna que contribuya a implantar los cambios y a lograr los objetivos corporativos y estratégicos de la institución para conseguir retener y saber motivar a su equipo humano, retener a los mejores, inculcarles una verdadera cultura corporativa para que se sientan identificados, a gusto e integrados y estén informados de la misión, filosofía, valores, estrategias, se sienten parte de ella y, por consiguiente ayuden a reducir la incertidumbre y a prevenir el temido rumor, un elemento muy peligroso para las instituciones.

Comunicación Ascendente, es inversa y se proyecta del trabajador hasta el superior de más alto nivel. Los superiores tienden a recibir información donde sus empleados le comunican aquello que ellos desean que conozcan, eliminando de sus mensajes aquella informaciones que puedan desagradar a sus superiores, tanto de comunicaciones positivas como negativas, que se aproximen al máximo a la realidad de la organización en cualquiera de sus áreas, departamentos o lugares de trabajo.

Los principales medios de la comunicación ascendente son los siguientes:

- Reuniones periódicas
- Entrevistas personalizadas
- Círculos de calidad
- Las notas de obligadas respuesta
- Teléfonos de servicios
- Encuestas
- Sistema de sugerencias (buzones, cartas al director, etc.).

Comunicación Descendente, es la comunicación que va desde los niveles altos hacia los bajos, llevando información sobre la organización. Se caracteriza por poseer un contenido demasiado específico; transmite mensajes predominantemente relacionados con la ejecución y valoración de las tareas, órdenes y especificaciones de trabajo relacionadas con las funciones a realizar, los objetivos a alcanzar, las líneas de acción que conviene respetar, el nivel de cumplimiento de la tarea. Además de una información personal sobre su trabajo (condiciones del mismo, salarios, promoción, etc.); las referencias sobre la vida de la organización, sus objetivos, sus proyectos o los resultados son tanto más importantes cuanto mayor es el grado de autonomía o de responsabilidad del trabajador en la toma de decisiones.

La comunicación descendente se la realiza a través de:

- Reuniones de trabajo
- Reuniones formales
- Entrevistas personales
- Manuales de procedimiento
- Cartas personales

Comunicación Horizontal, transmite información no oficial y genera ambientes de expectación anticipados, genera un espíritu de corporación y logra crear un ambiente de trabajo en común, además, facilita a eliminar rumores y malos entendidos con el fin de crear una búsqueda rápida de soluciones entre los distintitos niveles de la organización.

La comunicación horizontal permite que lo los grupos se convierten en la unidad básica de la organización del trabajo, en lugar de trabajadores individuales. De este modo, se estimula y organiza la comunicación horizontal en el núcleo de operaciones como herramienta que facilita la coordinación entre los trabajadores, mejora el clima social, satisface necesidades sociales y de autorrealización de la personas y contribuye al desarrollo de una organización más innovadora.

La comunicación horizontal se la realiza a través de:

- Reuniones de trabajo entre las personas de los distintos departamentos.
- Cartas internas entre los departamentos.

1.2.2.1 Comunicación formal.

La realidad formal de una empresa está compuesta por dos aspectos fundamentales a tener en cuenta en la comunicación: una organización funcional que transmite los mensajes oficiales de la organización, respetando y siguiendo las líneas del organigrama, otorgando una visión clara de los causes del traslado de la información; y una organización jerárquica, muestra las líneas de autoridad que se dibujan en la empresa a través de una organización formal de sus tareas de arriba abajo, desde la más alta dirección hasta el último y más sencillo colaborador dentro de la institución.

Se soporta en los medios:

- Orales: Debe ser en un lenguaje que todos los empleados entiendan y que no se preste para otras interpretaciones. Ejemplo: comités, reuniones, entre otras.
- Escritas: Es clara, completa, precisa y correcta. Ejemplo: Boletines, cartas, actas, memorandos.

1.2.2.2 Comunicación informal.

Se estructura desde la cotidianidad, la información que va de persona a persona formando una cadena, puede ser cambiada o deformada y prestarse para chismes o los peligrosos rumores, que suelen tener en promedio más del 70 % de sus datos como veraces. La extrema rapidez con que circulan y el gran tamaño de la audiencia a la que llega como consecuencia de los beneficios que obtienen las personas que participan en su transmisión: permite encontrar un significado a los acontecimientos y eliminar las incertidumbres, además pueden mejorar su autoimagen al demostrarse conocedores de información secreta.

Su capacidad de convencimiento y credibilidad debido a que raras veces tratan de verificarse porque generalmente son transmitidos por amigos de confianza a los que no se suele cuestionar o porque ayudan a racionalizar o justificar las preocupaciones e inquietudes más básicas de las personas y cuando intentan confirmarse resulta difícil identificar su procedencia.

1.3 Planificación de la comunicación

Es imprescindible ya que las personas y la organización se fortalecen en sus capacidades de gestión a partir de la generación de compromisos recíprocos entre los integrantes, la organización y la sociedad.

Las organizaciones ven a la planeación como una oportunidad de descubrir nuevas oportunidades, anticiparse y evitar futuros problemas, idear cursos de acción eficaces y comprender las incertidumbres y los riesgos de las diversas opciones, es necesario destacar que todas las organizaciones necesitan planear y construir estrategias que fortalezcan el futuro de la empresa, a partir de instancias colectivas de producción del conocimiento, tanto en lo referido al análisis de la situación actual como a la formulación de las opciones para su transformación.

1.3.1 Planificación estratégica.

Según BARQUERO, J.D. y FERNANDEZ, F. (2007), lo define como “Un plan estratégico de comunicación integra diferentes programas de acción que van poniéndose en marcha de forma coordinada para aumentar el efecto buscado. Todo ello se lleva a cabo tratando de cumplir el calendario del plan o timing, en ocasiones complejo ya que es frecuente estar elaborando y lanzando acciones simultáneas con diferentes públicos. El control de los procesos y la medición de resultados permite el ajuste y la corrección de posteriores planes”. (pp. 345)

Es un proceso participativo requiere de una metodología, de un protocolo de trabajo desde el propio planteamiento hasta la operativa con un orden cronológico, y un enfoque estratégico, que contemple objetivos, vías para su consecución y un análisis previo que marque la línea de propósitos que determina cómo se pretende alcanzar los objetivos.

El plan estratégico es un procedimiento eficaz, sistemático, que permite llevar a cabo las acciones de comunicación de una empresa, debe tener unas bases sólidas y claras, que permitan una acción eficiente; y requiere de una debida planificación en el cual se analice la situación de la organización, se plantean los objetivos que se desean alcanzar y se complementan con las estrategias que se deben cumplir.

Los pasos que se deben seguir son los siguientes:

- Investigación, plantear la necesidad de realizar un diagnóstico que permita estar al tanto de las necesidades que tiene nuestro público objetivo.
- Planeación y Programación, posterior al diagnóstico se plantea estrategias que sean acordes a los recursos y medios con los que dispone la organización, es primordial sugerir estas estrategias de manera detallada para que los directivos de la organización comprendan qué pasos se van a seguir y de qué manera debe aportar la empresa para que las mismas se cumplan satisfactoriamente.
- Implantación del plan de comunicación
- Evaluación, permite conocer si las estrategias que se implementaron aportaron con un crecimiento para la empresa o as u vez no presentaron los resultados esperados.

1.3.1.1 Estrategias de comunicación.

Las estrategias de comunicación a utilizar una empresa depende de los resultados del diagnóstico, es primordial centrarse en plantear los objetivos que rigen la comunicación; el éxito de crear estrategias eficaces es que sobresalgan y sean únicas en la relación a las que se generan en la competencia.

Las estrategias de comunicación pueden desarrollarse en diversos espacios:

- Radio y televisión: a través de entrevistas, participación en programas relacionados al tema, publicidades.
- Diarios y revistas: artículos, noticias, "publinotas", publicidades.
- Internet: participando activamente y dejándose encontrar en la web. Se pueden utilizar todas las herramientas disponibles, sólo citaré algunas: sitio web propio, blog, foros, redes sociales, participación en sitios de temáticas relacionadas, videos, compartiendo documentos, generando artículos de interés, exponiendo experiencias y casos de fracaso/éxito.

1.3.1.2 Estrategias de comunicación externa.

En la actualidad, las empresas en la actualidad definen a la comunicación externa como un conjunto de especialidades y ven en varias estrategias la oportunidad de fortalecer su imagen, estas estrategias deben ir de la mano con un plan de comunicación bien elaborado que permita su ejecución de una manera efectiva.

1.3.2 Marketing.

KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2007), en su concepto de marketing mencionan que es "una filosofía de dirección definen al marketing como "el logro de las metas organizacionales depende de conocer las necesidades y los deseos de los mercados meta así como proporcionar las satisfacciones deseadas, mejor que los competidores" P. 10

Marketing describe una filosofía de dirección que tiene una orientación hacia la determinación y satisfacción de las necesidades y/o deseos de los clientes como una forma de obtener beneficios a largo plazo.

1.3.2.1 Marketing social.

KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2007), mencionan al marketing social como “la estrategia de marketing debería entregar valor para los clientes de forma que conserve o mejore el bienestar tanto del consumidor como de la sociedad”

Pretende modificar actitudes para conseguir el bienestar del consumidor y la sociedad a través de los diferentes medios que la organización utilice para lograr el cambio en la conducta de los individuos; éstos deberán atravesar por diferentes etapas hasta lograr el cambio necesario.

1.4. Identidad corporativa

Para comprender mejor la identidad corporativa de una institución, inicialmente se debe conocer el concepto de la identidad.

Identidad: etimológicamente proviene del latín *Idem* que significa idéntico y es el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.

La identidad de una empresa o institución es la esencia, personalidad y valores de sí misma, que la diferencian del resto de las empresas. Es la manera cómo la organización se da a conocer ante la sociedad, permitiendo que ésta la reconozca.

A través de este elemento, la sociedad identifica a la organización y la recuerda. Para Joan Costa “la identidad de la empresa no sólo es el escudo permanente que la diferencia de las demás, sino el “valor” que atrae la identificación”

Según SCHVARTEIN, L. (2007) “La identidad de la organización es aquello que permanece invariante a lo largo del tiempo, y que además la distingue de otras de su misma especie” (p. 330)

La Identidad Corporativa radica en reconocer la especificidad de la organización dentro del mercado en el que ésta se enmarca y dentro de la sociedad misma en tanto entidad. En lo que se refiere al proyecto del centro la Identidad Corporativa estará definida, principalmente, a partir de que el mismo se inscribe en el sistema productivo y en el marco específico del área de educación.

En este sentido, la definición de la Identidad corporativa constituye el punto de partida y la base fundamental de toda estrategia de imagen corporativa.

1.4.1 Imagen corporativa.

Los rasgos que hacen a la identidad son uno de los aspectos que serán percibidos por los públicos, quienes a partir de allí tendrán una imagen de dicha institución. “La imagen de empresa es la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esta colectividad”¹⁹.

Según VILLAFañE, J. (2000) el núcleo del estudio de la organización lo constituye la imagen global de la empresa. Sostiene que el desarrollo de una personalidad corporativa se apoya en tres programas: identidad visual, desarrollo cultural y de comunicación externa e interna. El autor propone tres dimensiones para el análisis de la imagen corporativa: autoimagen, imagen intencional e imagen pública. La autoimagen es la imagen que de sí misma tiene la organización, como ella se identifica y asume conscientemente. La imagen intencional es la que se desea ofrecer a través de la acción y el discurso. La imagen pública es la apreciación de la organización por sus diferentes públicos.

1.4.2 Posicionamiento

La decisión del posicionamiento a menudo es la decisión estratégica crucial, puesto que todos los elementos del programa de mercadeo pueden afectar potencialmente la posición, usualmente es necesario usar una estrategia de posicionamiento como énfasis para el desarrollo del programa de mercadeo.

Una estrategia de posicionamiento clara puede garantizar que los elementos del programa de mercadeo sean consistentes y brinden apoyo.

La identificación y selección de una estrategia de posicionamiento puede recurrir a un conjunto de conceptos y procedimientos que se han desarrollado y refinado durante los últimos años.

El proceso de desarrollo de una estrategia de posicionamiento involucra la identificación a los competidores, determina cómo se perciben y evalúan los competidores, establecer las posiciones de los competidores, analizar a los clientes, seleccionar y monitorear la posición.

Hipótesis

¿La Elaboración del Plan Estratégico de Comunicación Externa permitirá mantener y mejorar la relación con los diferentes públicos; y proyectar una imagen favorable del Instituto Técnico Superior Sucúa en la promoción de sus actividades y servicios?

CAPÍTULO II: INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR SUCÚA

2.1. Antecedentes

Ante el acelerado crecimiento poblacional y la demanda estudiantil en el cantón (cierre de las universidades), surge la necesidad imperiosa de un establecimiento de educación media y preocupados ante esta situación las autoridades del Colegio Nacional Sucúa, en el año 1997 con Acuerdo Ministerial N° 4789, el Colegio Nacional se transforma en Instituto Técnico Superior Sucúa con las especialidades de Contabilidad de Costos y Programación de Sistemas.

En el año 2003 se acredita legalmente al CONESUP con las carreras propuestas en el Nivel Técnico, con Oficio N° 1478 de CONESUP-PA. del 27 de Octubre del 2004, el director del CONESUP autoriza la aplicación del diseño curricular del nivel técnico Superior de la carreras programación de Sistemas y con Oficio N° 01028 CONESUP-PA de fecha 01 de marzo del 2005, el CONESUP autoriza la calificación del diseño curricular del Nivel Técnico Superior de Contabilidad de Costos.

Con Acuerdo Nro. 2012-065 del SENESCYT, de fecha 15 de Octubre del 2012, firmado por René Ramírez Gallegos, acuerda Declarar como entidad Operativa Desconcentrada de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación

Con Resolución N° 140-2013 del Consejo de Educación Superior se aprueba el proyecto para la acreditación de la Carrera de Técnico Superior en Atención Primaria de Salud (TAPS). Modalidad Presencial con aprendizaje dual, según resolución RPC-SO-17-231115472-N° 140-03-2013.

Desde su creación hasta presente fecha han pasado 16 años de vida institucional prestando servicios a la juventud en busca de estudios superiores del cantón, en la actualidad se cuenta con poca población estudiantil.

2.2 Situación actual

La condición socio-cultural de los estudiantes del Instituto Técnico Superior Sucúa es de gran importancia para conocer el contexto, la misma que, en su mayor porcentaje, proviene del sector rural y de zonas urbano marginales del cantón, la situación económica está en un nivel medio y bajo, con ingresos que en muchos de los casos no satisfacen las necesidades básicas.

Dentro de las carreras que el Instituto Técnico Superior Sucúa oferta están: Programación de Sistemas, Contabilidad de Costos y Técnicos en Atención Primaria de Salud.

La institución educativa oferta la modalidad presencial, de lunes a viernes, de 17h00 a 22h00, con cinco horas pedagógicas de sesenta minutos, con un total de 25 horas didácticas-pedagógicas semanales.

Actualmente el Instituto Técnico Superior Sucúa, tiene una amplia infraestructura, ofrece unas amplias y cómodas instalaciones a los estudiantes, mediante un convenio interinstitucional con el Colegio de Bachillerato Sucúa, ocupa seis aulas didácticas y demás instalaciones necesarias para el proceso de enseñanza aprendizaje, con la contraparte del convenio en el que el Instituto deberá dar mantenimiento a los laboratorios pertenecientes a la Unidad de Producción Cybernet del Colegio.

Además, la oficina para el Rector, secretaria, tesorera y coordinadora, la misma que está equipada con implementos tecnológicos para una buena atención tanto para el cliente interno como externo y atienden de 13h00 a 21h00.

La infraestructura utilizada por el Instituto es:

- Oficina para el área administrativa.
- Aulas para los estudiantes
- Cancha mixta de básquet e indor
- Coliseo deportivo.
- Baterías Sanitarias
- Laboratorios de computación.

2.3 Planes y programas ITSS

Los planes y los programas de estudio del ITSS son un medio para mejorar la calidad de la educación, atendiendo las necesidades esenciales de aprendizaje de los profesionales en formación, que vivirán en una sociedad más compleja y demandante que la actual para ello la institución tiene la matriz curricular que es el plan que orientara al conjunto de experiencias de aprendizaje que se desarrollaran a través de un proceso para el logro de las competencias y perfiles deseados. La misma que permite al Instituto Técnico Superior Sucúa insertarse en el mundo del trabajo o a su vez continuar sus estudios de tercer nivel en las Universidades y Escuelas Politécnicas, de acuerdo a lo establecido en la Ley

Orgánica de Educación Superior y del Reglamento General de los Institutos Superiores Técnicos y Tecnológicos.

El modelo pedagógico para ejecutar el plan de estudios tiene como objetivo principal la formación integral del ser humano, desde el punto de vista pedagógico esta institución ha implementado un modelo para el proceso de aprendizaje que recoge la idea de la actividad mental constructiva como base de su fundamentación, dando como resultado un modelo pedagógico que se denomina CONSTRUCTIVISTA, el mismo que hace referencia a la participación activa del profesional en formación en la construcción de su propio aprendizaje.

Este modelo responde a los diferentes aportes de las teorías globalizantes del desarrollo y del aprendizaje, como las teorías genéticas de Piaget y la escuela de Ginebra, las teorías del aprendizaje significativo de Ausubel y por último en el modelo que se basa en la teoría socio cultural del desarrollo y aprendizaje de Vigotski. Considera al docente como mediador del aprendizaje que partiendo de los esquemas conceptuales deben ser sometidos a una contrastación de un nuevo conocimiento, produciendo el conflicto cognitivo y con este la modificación de los esquemas mentales para formar los andamios intelectuales en que se incorporan los conocimientos aprendidos, todo este conocimiento se ejecuta en el pensamiento del estudiante, quien es el único actor de la construcción de su aprendizaje. El constructivismo como base del modelo pedagógico se apoya en tres postulados:

- La actividad mental constructiva la misma que exige una por parte del docente el cambio metodológico en la cual la actividad del alumno constituye su centro de acción dando como consecuencia que la responsabilidad última de la construcción del conocimiento corresponde al estudiante.
- La construcción de los nuevos conocimientos depende de gran manera si estos están dotados de significados, de importancia y socialmente aplicables surgiendo la necesidad de construirlos en grupo.
- El papel de docente el cual mediante la acción educativa intencionada y sistemática asume la tarea de general y desplegar la actividad mental constructiva mediante una orientación didáctica cooperativa asegurando un enganche adecuado entre la actividad mental constructiva de los estudiantes y los significados sociales y culturales que reflejan los contenidos del aprendizaje.

2.3.1 Contabilidad de costos

El Técnico en Contabilidad de Costos podrá desempeñarse en las instituciones bancarias, cooperativa de ahorro y crédito, empresas e instituciones públicas y privadas, asociaciones, micro-empresas, entre otras, como asesores, consultores o de operación en actividades de contabilidad donde se requiera tratar de una manera especial los datos y la información contable que se generan dentro de la entidad, sea por procesos o por transacciones.

2.3.1.1 Distribución de materias por área de competencia

Tabla 1. Distribución de materias por área de competencia

Nº	Ejes	Área	Nivel	Asignatura	Horas	Créditos
1	Formación Humana	Humanística	1	Métodos de Estudio	32	2
2			2	Expresión Oral y Escrita	32	2
3			3	Realidad local y Nacional	32	2
4			4	Ética Profesional	32	2
5	Formación Básica	Ingles	1	Ingles I	32	2
6			2	Ingles II	32	2
7			3	Ingles III	32	2
8			4	Ingles IV	32	2
9		Matemática	1	Matemáticas Básicas	48	3
10			2	Matemáticas Financieras I	48	3
11			3	Matemáticas Financieras II	48	3
12			4	Calculo	48	3
13		Informática	1	Computación	64	4
14			2	Contabilidad Computarizada	64	4
15		Contable	3	Presupuesto	32	2
16			4	Estadística	32	2
17	Formación Profesional	Fundamental	1	Contabilidad General	128	8
18			2	Contabilidad Intermedia	128	8
19			3	Contabilidad de Costos I	128	8
20			4	Contabilidad de Costos II	128	8
21			1	Administración I	32	2
22			2	Administración II	32	2
23			3	Administración de Producción	64	4
24			4	Proyectos Productivos	48	3
25		Economía	1	Introducción a la Economía	32	2
26			2	Microeconomía	32	2
27			3	Macroeconomía	32	2
28			4	Economía Monetaria y Bancaria	48	3
29	Optativa	Especialidad	1	Optativa I	16	1
30			2	Optativa I	16	1
31			3	Optativa I	16	1
32			4	Optativa I	16	1
33	Libre Opción	General	1	Libre Opción I	16	1
34			2	Libre Opción I	16	1
35			3	Libre Elección I	16	1
36			4	Libre Elección I	16	1

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.1.2 Asignaturas optativas.

Las asignaturas optativas son aquellas que responden a las características especiales de las que se requiere dotar al perfil profesional. La institución debe ofertar una gama suficientemente amplia para que el alumno pueda escoger el énfasis de su propio perfil.

Tabla 2. Asignaturas optativas

Nivel	Asignatura	Área	Nro.	Contenido	Horas	Créditos
1	Optativa I	Contable	1	Legislación Laboral	16	1
2	Optativa II		2	Gestión Tributaria	16	1
3	Optativa III	Informática	3	Internet	16	1
3	Optativa IV	Administración	4	Marketing	16	1

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.1.3 Asignaturas de libre elección.

Las asignaturas de libre elección es toda materia en la que el profesional en formación pueda registrarse y aprobar dentro del Instituto Técnico Superior Sucúa, bajo convenio interinstitucional o previa aceptación institucional.

Tabla 3. Asignaturas de libre elección

Nivel	Asignatura	Área	No.	Contenido	Horas	Créditos
1	Libre Opción I	Cultural	1	Cultura Física	48	3
			2	Danza	48	3
			3	Música	48	3
2	Libre Opción II	Profesional	4	Software Contables	48	3
			5	Publicidad	48	3
3	Libre Opción III	Deportes	6	Básquet	48	3
			7	Fútbol	48	3
			8	Vóley	48	3
4	Libre Opción IV	Profesional	9	Diseño de Evaluación de Proyectos.	48	3
			10	Gestión Tributaria	48	3
			11	Educación Sexual	48	3

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.1.4 Distribución de los créditos

El currículo del Instituto Técnico Superior Sucúa se basan en siete ejes transversales, y su naturaleza y operatividad son parcialmente abiertas. Los ejes propuestos cubren la totalidad de las materias que se imparten.

Tabla 4. Distribución de los créditos

Ejes de Formación	Horas	Créditos
Asignaturas Humanísticas	128	8
Asignaturas Básicas	512	32
Asignaturas Profesionales	832	52
Asignaturas Optativas	64	4
Asignaturas de Libre Elección	64	4
Total del Currículo del programa	1600	100
Pasantías Tutoriales	480	12
Trabajo de Graduación	160	10
Total	2240	122

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

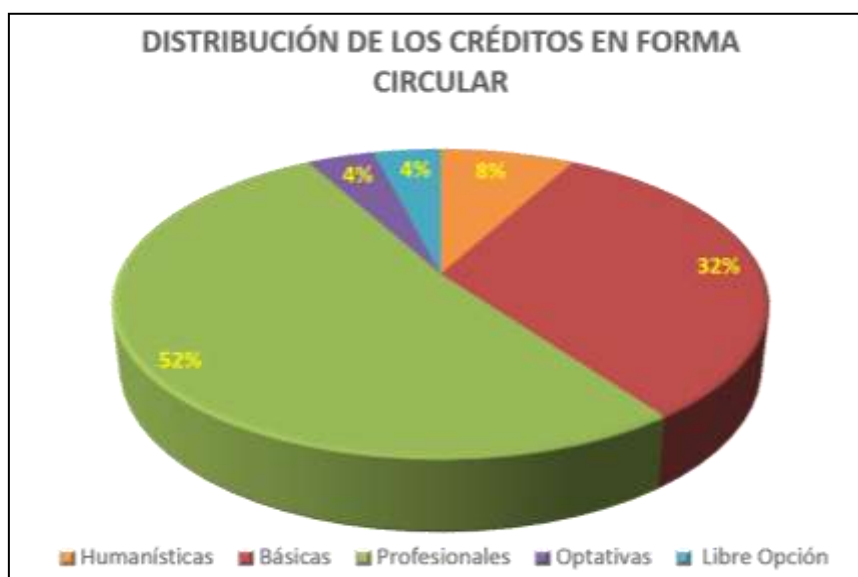


Figura 1. Distribución de los créditos por ejes de CC

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.2 Programación de Sistemas

El Técnico en Programación de Sistemas podrá desempeñarse en el sector público o privado a nivel de mandos medios, ya sea como asesores, consultores o de operación, programador de computadoras, director de grupos de trabajo, administrador de centros de cómputo, asistente de gerencia de sistemas, instructor de personal en el área informática y asesor en el área de informática donde será capaz de analizar, diseñar, construir y mantener soluciones informáticas y de conocimiento, mediante la utilización de tecnologías de información, teoría de sistemas y liderazgo organizacional.

2.3.2.1 Distribución de materias por área de competencia

Tabla 5. Distribución de materias por área de competencia

Nro.	EJES	ÁREA	Nivel	Asignatura	Horas	Créditos
1	Formación Humana	Humanística	1	Métodos de Estudio	32	2
2			2	Expresión Oral y Escrita	32	2
3			3	Realidad Local y Nacional	32	2
4			4	Ética Profesional	32	2
5	Formación Básica	Ingles	1	Ingles I	32	2
6			2	Ingles II	32	2
7			3	Ingles III	32	2
8		Matemática	1	Matemáticas Aplicadas I	32	2
9			2	Matemáticas Aplicadas II	48	3
10		Contable	3	Contabilidad I	48	3
11			4	Contabilidad II	48	3
12			4	Administración I	48	3
13	Formación Profesional	Fundamental	1	Informática I	64	4
14			1	Lenguaje de Programación I	64	4
15			1	Computación Aplicada	32	2
16			1	Lógica de Programación I	32	2
17			2	Lenguaje de Programación II	128	8
18			2	Equipo de Computo	128	8
19			2	Informática II	128	8
20			2	Lógica de Programación II	128	8
21		Sistemas	3	Electrónica	32	2
22			3	Programación Orientada a Objeto I	32	2
23			3	Diseño de Sistemas Informáticos	64	4
24			3	Teleinformática	48	3
25		Técnica	4	Programación Orientada a Objetos II	32	2
26			4	Diseño de Páginas Web	32	2
27			4	Proyectos Informáticos	32	2
28	Optativa	Especialidad	1	Optativa I	16	1
29			2	Optativa I	16	1
30			3	Optativa I	16	1
31			4	Optativa I	16	1
32	Libre Opción	General	1	Libre Opción I	16	1
33			2	Libre Opción I	16	1
34			3	Libre Opción I	16	1

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.2.2 Asignaturas optativas.

Son aquellas que responden a las características especiales de las que se quiere dotar al perfil profesional. La institución oferta una gama suficientemente amplia para que el estudiante pueda escoger el énfasis de su propio perfil.

Tabla 6. Asignaturas optativas

Nivel	Asignatura	Área	No	Contenido	Horas	Créditos
1	Opción I	Programación	1	Programación en AutoCAD	16	1
2	Opción II	Equipo de computo	2	Ensamblaje de Equipos	16	1
3	Opción III	Contable	3	Documentación Comercial y Trámite Mercantil.	16	1
4	Opción IV	WEB	4	DeamWeaver	16	1

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.2.3 Asignaturas de libre opción.

Las asignaturas de libre elección, permite al estudiante registrarse y aprobar dentro de la institución de educación superior, bajo convenio interinstitucional o previa aceptación institucional.

Tabla 7. Asignaturas de libre opción

Nivel	Asignatura	Área	No.	Contenido	Horas	Créditos
1	Libre Opción I	Cultural	1	Cultura Física	16	1
			2	Danza	16	1
			3	Música	16	1
2	Libre Opción II	Profesional	4	Publicidad	16	1
			5	Mundo Electrónico	16	1
3	Libre Opción III	Deportes	6	Escuelas Deportivas	16	1
4	Libre Opción IV	Diseño Grafico	7	Técnicas de Impresión	16	1
		Profesional	8	Estadística	16	1
			9	Diseño y Evaluación de Proyectos	16	1

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.2.4 Distribución de los créditos

Los currículos de los institutos superiores se basara en siete ejes transversales, y su naturaleza y operatividad serán parcialmente abiertas. Los ejes propuestos cubrirán la totalidad de las materias que se impartan.

Tabla 8. Distribución de los créditos

Ejes de Formación	Horas	Créditos
Asignaturas Humanísticas	128	8
Asignaturas Básicas	320	20
Asignaturas Profesionales	1024	64
Asignaturas Optativas	64	4

Asignaturas de Libre Elección	64	4
Total del Currículo del programa	1600	100
Pasantías Tutoriales	480	12
Trabajo de Graduación	160	10
Total	2240	122

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

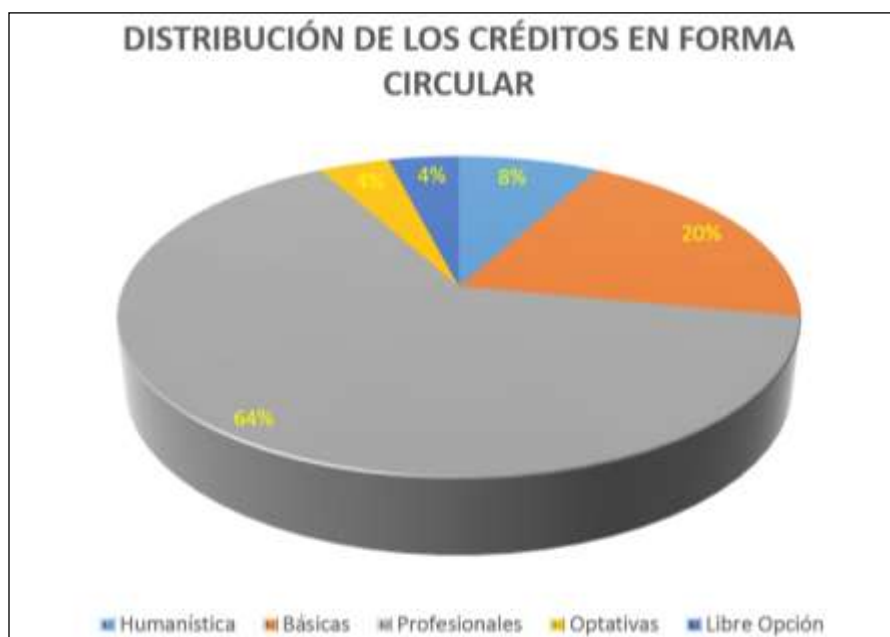


Figura 2. Distribución de los créditos por ejes de PS

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.3 Técnico Superior en Atención Primaria de Salud (TAPS)

La oferta del Instituto Técnico Superior Sucúa es formar un Técnico Superior en Atención Primaria de Salud (TAPS) con capacidad para desarrollar e implementar actividades de promoción y prevención con la finalidad de mejorar las condiciones de salud de las personas, la familia y la comunidad. Profesionales que con una formación dual de excelencia contribuyan, dentro de los equipos integrales de atención de salud, en el fortalecimiento del primer nivel de atención como puerta de entrada al Sistema Nacional de Salud (SNS); y, en los procesos clave del desarrollo local, de acuerdo con la realidad de los diversos contextos, en el marco del Modelo de Atención Integral de Salud (MAIS) y del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV). La carrera del TAPS estudia a la Atención Primaria de Salud como eje central, articulador de los sistemas locales de salud, se dirige hacia conceptos, métodos y herramientas para el análisis, el procesamiento de problemas de

salud, la gestión de los servicios y programas del primer nivel en el marco del Modelo de Atención Integral de la Salud.

2.3.3.1 Distribución de ciclos por ejes transversales.

Es importante establecer que la metodología aplicada debe tributar a las unidades de organización del conocimiento, a los niveles curriculares, a los niveles de aprendizaje y a los campos de estudio, es decir, se debe tejer una sinergia completa a nivel del desarrollo curricular de la formación, estableciendo los mecanismos apropiados para crear la convergencia didáctica entre la teoría y la práctica; teniendo como uno de los propósitos principales que el estudiante aprenda haciendo a través del propio proceso de aprendizaje en aula, a través de la relación de la teoría con la práctica desde la academia gracias a los proyectos de tutorías integrados enfocados en los núcleos estructurantes y en el campo de investigación previsto para cada semestre.

Tabla 9 Distribución de ciclos por ejes transversales

Ciclos	Ejes transversales	Unidades organización conocimiento	Niveles curriculares	Niveles de aprendizaje	Campo disciplinar	Campo profesional		Campo de investigación	Campo humanístico	TOTAL CRÉDITOS
						Fase Teórica	Fase Práctica			
I	SALUD EN LA COMUNIDAD Y LA FAMILIA	De formación básica y pensamiento disciplinar	Pensamiento disciplinar	Comprensión	Fundamentos de la Multifunción (1 crédito) Derechos y Participación Ciudadana (1 crédito) TICs aplicadas a la Salud I (1 crédito) Antropología Social (1 crédito) 4 CR	Núcleo estructurante: Proceso de Salud-Enfermedad Salud Comunidad y Ambiente (1 crédito- 1 teórico y 2 prácticos) Determinantes de la Salud (2 créditos teóricos) Familia y Ciclos de Vida (4 créditos- 1 teórico y 3 prácticos) 9 CR Teóricos-4 Prácticos- 5	PROCESO DE SALUD ENFERMEDAD CON ENFASIS EN SALUD MATERNO-INFANTIL (7 créditos)	Métodos de Observación Aplicados a la Salud- Enfermedad (2 créditos)	Comunicación y Lenguaje (2 créditos)	34
II	CUIDADO INTEGRAL DE LA SALUD	Formación Técnica profesional	Aplicaciones tecnológicas a la gestión pública	Resolución de problemas de oportunidad ciudadana	Epidemiología Comunitaria (2 créditos) Derechos de la Niñez y la Adolescencia (1 crédito) TICs aplicadas a la Salud II (1 crédito) Fundamentos de la Bioestadística (1 crédito) 5 CR	Campo profesional		Campo de investigación	Campo humanístico	TOTAL CRÉDITOS
						Fase Teórica	Fase Práctica			
						Núcleo Estructurante: Organización de los Servicios de Salud Sistema Nacional de Salud (2 créditos teóricos) Modelo de Atención Integral (3 créditos- 1 teórico y 2 prácticos) Atención Primaria de Salud Renovada (APS) (3 créditos- 1 teórico y 2 prácticos) 8 CR Teóricos-4 Prácticos- 4	ORGANIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD CON ENFASIS EN LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA (7 créditos)	Evaluación de los Servicios y Epidemiología Comunitaria (2 créditos)	Educación Popular I (2 créditos)	34

Círculos	Ejes transversales	Unidades organizacionales conocimiento	Niveles curriculares	Niveles de aprendizaje	Campo disciplinar	Campo profesional		Campo de Investigación	Campo humanístico	TOTAL CRÉDITOS
						Fase Teórica	Fase Práctica			
III					Derechos aplicados a grupos prioritarios (1 crédito) TICs aplicadas a la Salud (1 crédito) Bioestadística Aplicada (1 crédito) 3CR	Núcleo Estructurante: Promoción de la Salud Educación para la salud (4 créditos- 1 teórico y 3 prácticos) Participación Comunitaria (4 créditos- 1 teórico y 3 prácticos) Rehabilitación basada en la Comunidad (3 créditos- 2 teóricos y 1 práctico) 11 CR Teóricos- 4 Prácticos- 7	PROMOCIÓN DE LA SALUD CON ENFÁSIS EN ADULTO Y ADULTO MAYOR (8 créditos)	Diseño y Gestión de Proyectos de Promoción de Salud (2 créditos)	Educación Popular I (2 créditos) 3CR	36
Círculos	Ejes transversales	Unidades organizacionales conocimiento	Niveles curriculares	Niveles de aprendizaje	Campo disciplinar	Campo profesional		Campo de Investigación	Campo humanístico	TOTAL CRÉDITOS
						Fase Teórica	Fase Práctica			
IV	DESARROLLO COMUNITARIO	Unidad curricular de Egreso	Investigación y sistematización	Sistematización	Principios Planificación Estratégica (2 créditos)	Núcleo Estructurante: Planificación del Desarrollo Local de la Salud Análisis de la Situación Integral de Salud (4 créditos- 1 teórico y 3 prácticos) Administración de Proyectos (3 créditos- 2 teóricos y 1 práctico) Gestión de Emergencias y Desastres (3 créditos- 2 teóricos y 1 práctico) 10 CR Teóricos- 5 Prácticos- 5	PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO LOCAL DE LA SALUD (8 créditos)	Proyecto de Salud Comunitaria (3 créditos)	Liderazgo Comunitario (2 créditos) Empoderamiento (1 crédito)	36
Total de Créditos					14	36 (17 créditos teóricos) (23 créditos prácticos)	30	9	9	100

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.3.2 Distribución de los créditos.

Tabla 10. Distribución de los créditos TAB

Fase Teórica-Aula		Fase Práctica-Ejercido Profesional	
Campo Disciplinar	14	Fase Práctica	30
Campo Profesional	17	Prácticos (Fase Teórica-Campo Profesional)	21
Campo Humanístico	9	Investigación	9
Total Créditos	40	Total Créditos	60
Dualidad Práctica	40%	Dualidad Práctica	60%

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.3.3.3 Distribución de asignaturas.

Tabla 11. Distribución de Asignaturas TAPs

	Asignaturas
Campo Disciplinar	12
Campo Profesional Núcleos Estructurantes	4
Sub Núcleos	12
Campo de Investigación	4
Campo Humanístico	5
Total de Asignaturas	37

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

2.4 Identidad visual

La identidad visual del Instituto Técnico Superior Sucúa es la traducción simbólica de la identidad corporativa, concretada en su escudo que establece los procedimientos para aplicarlo correctamente, con el fin de actuar como estímulo recordatorio de la Institución.

El escudo institucional está formado por un conjunto de constantes gráficas, tipográficas y cromáticas que fijan una personalidad a la Institución. Es la imagen gráfica visual del Instituto Técnico Superior Sucúa, la constituyen sus elementos identificadores y como marca institucional proyecta su identidad



Figura 3. Distribución de los créditos por ejes de PS

Fuente: Proyecto Educativo 2013-2015

El escudo es el símbolo de identificación de la fortaleza y valores de la institución a través de los siguientes elementos:

- En la parte superior el libro abierto representa la ciencia, el conocimiento y la Cerrare de Contabilidad de Costos.
- A los costados las ramas de olivo representan la paz y la tranquilidad en el ambiente escolar.
- En el centro el balón representa deporte, salud y disciplina
- La computadora que significa la tecnología y la carrera de Programación de Sistemas
- El engranaje al contorno del escudo representa el trabajo
- En síntesis el escudo representa ciencia, trabajo y deporte, como características de la acción educativa de la institución.

El Instituto Técnico Superior Sucúa, utiliza en su escudo una paleta de colores corporativos: azul, rojo, plomo, negro, amarillo y verde, que le identifican plenamente y cuyo uso está normalizado. Los colores se consideran un elemento semiótico no verbal clave para atraer la atención del público objetivo y hacer que un diseño sea memorable que influya considerablemente en las personas.

Los colores corporativos de la Institución son los adecuados, provocan en su público, el estilo y la personalidad de la institución y la aplicación concreta del logo en distintas superficies y tamaños.

El azul es el color del agua, del cielo, del planeta, por lo tanto es color de vida, de crecimiento, de esperanza, de futuro; se asocia con la seriedad, carácter analítico, honestidad y el conocimiento; se relaciona con la misión de la institución.

El negro, es utilizado para indicar elegancia, selección especial y distinción; al ser la ausencia de color se utiliza para resaltar los bordes circulares y lineales. En un tono gris es utilizado para el fondo de los círculos y cuadrados del logotipo.

El rojo corporativo es un color que representa energía y fortaleza, provoca reacción en el cuerpo y en la mente con espíritu de liderazgo, se relaciona con los estudiantes.

El verde, representa la abundancia y la imaginación creadora. Está identificando las dos ramas de laurel en ambos lados del logotipo.

El amarillo es el color que implica energía, juventud, resplandor, brillantez, expansión y actividad; es utilizado para indicar el eslogan y nombre de la institución. Así como el año de creación.

2.5. Públicos

2.5.1 Público interno.

El talento humano que tiene el Instituto Técnico Superior Súcua es el elemento primordial para el desarrollo e implementación de los diferentes procesos y estrategias a generar para con los bachilleres en el cantón Sucua y la provincia de Morona Santiago.

- Rector
- Directora Académica
- Directora Financiera
- Docentes

2.5.2 Público externo.

Son todos los bachilleres del cantón Sucúa y Provincia de Morona Santiago.

- Estudiantes de tercer año de bachillerato de las instituciones educativas.
- Bachilleres que se encuentran laborando en las instituciones públicas y privadas.

2.6 Comunicación corporativa

La proyección de la imagen corporativa del Instituto Técnico Superior Sucúa hacia su público objetivo no ha sido bien canalizada, el manejo de estrategias comunicacionales es mínimo y la comunicación corporativa no ha logrado ser planificada, y esto no ha permitido una retroalimentación constante. Esto es un aspecto primordial, puesto que esta acción comunicativa actuará como generadora de expectativas, lo cual influirá, de forma determinante, en el grado de satisfacción final que tendrá el público externo con respecto a la organización.

Los instrumentos de comunicación que maneja la Institución son los siguientes:

Publicidad de BOCA a BOCA, el Instituto basa su estrategia de comunicación es esta poderosa herramienta, pues funciona de persona a persona y el principal objetivo es que los estudiantes que actualmente se están formando en el ITSS hablen bien de la misma y la recomienden, el efecto será positivo y brindará un enorme resultado y satisfacción para posicionar a la Institución.

Boletines de prensa que realiza la institución son mínimos, se los realiza una vez por semestre y no se los realiza adecuadamente.

Las relaciones públicas que maneja la institución son mínimas, la consolidación y proyección de la imagen no se la ha realizado correctamente, y a su vez no cuentan con una persona que los oriente en este tema.

Red Social, El ITSS maneja este recurso por medio de Facebook, un espacio gratuito en internet a través de publicaciones, con el fin de persuadir y llegar a su público objetivo posicionando sus servicios, y productos. Su acogida es mínima ya que las actividades que realiza el Instituto no han logrado difundirse correctamente.

Tabla 11. Comunicación corporativa

Medios	% Impacto
Publicidad: BOCA a BOCA	75
Boletines	25
Relaciones Publicas	10
Red Social	25

Fuente: ITSS

2.7 Diagnóstico externo

2.7.1. Análisis de los usuarios.

La segmentación del mercado se la puede definir como un grupo de personas, empresas u organizaciones con características homogéneas en cuanto a deseos, preferencias de compra o estilo en el uso de productos, pero distintas de las que tienen otros segmentos que pertenecen al mismo mercado con el fin de desarrollar y promover bienes y servicios especializados que satisfagan las necesidades de cada grupo; en este caso el grupo objetivo del Instituto son los estudiantes de tercer año de bachillerato y los bachilleres.

Para esto, se investigó a los estudiantes de tercer año de bachillerato de los cantones: Sucúa y Morona de la Provincia de Morona Santiago para conocer su percepción acerca de los servicios que ofrece, el posicionamiento del Instituto Técnico Superior Sucúa y a su vez, conocer cuáles son los servicios que requieren los bachilleres.

De acuerdo a la siguiente simbología:

n =	Tamaño de la muestra
Z =	Nivel de confiabilidad 95% = 1,96
P =	Probabilidad de ocurrencia 0,5
Q =	Probabilidad de no ocurrencia 1 - 0,5 = 0,5
N =	Tamaño de la población 834
e =	Error de muestreo 0,05 (5%)

Se aplicó la fórmula para determinar el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(834)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (834)(0.05)^2}$$

n = 263 estudiantes a los cuales se les aplicó la encuesta

2.7.2 Resultados obtenidos.

Los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de tercer año de bachillerato de las 11 instituciones educativas de los cantones Morona y Sucúa fueron:

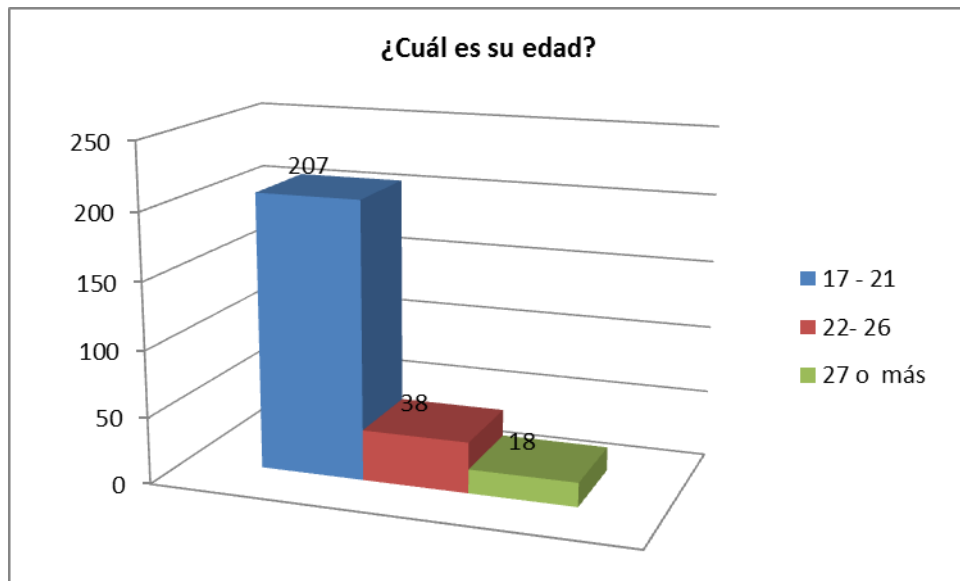


Figura 4. Edad
Fuente: Encuesta

Con esta interrogante se pudo determinar que el 79% de los encuestados tienen entre 17 y 21 años, el 14% de los encuestados tienen entre 22 y 26 años y el 7% de los encuestados tienen 27 años y más; estos dos últimos corresponden a los estudiantes de bachillerato a distancia.

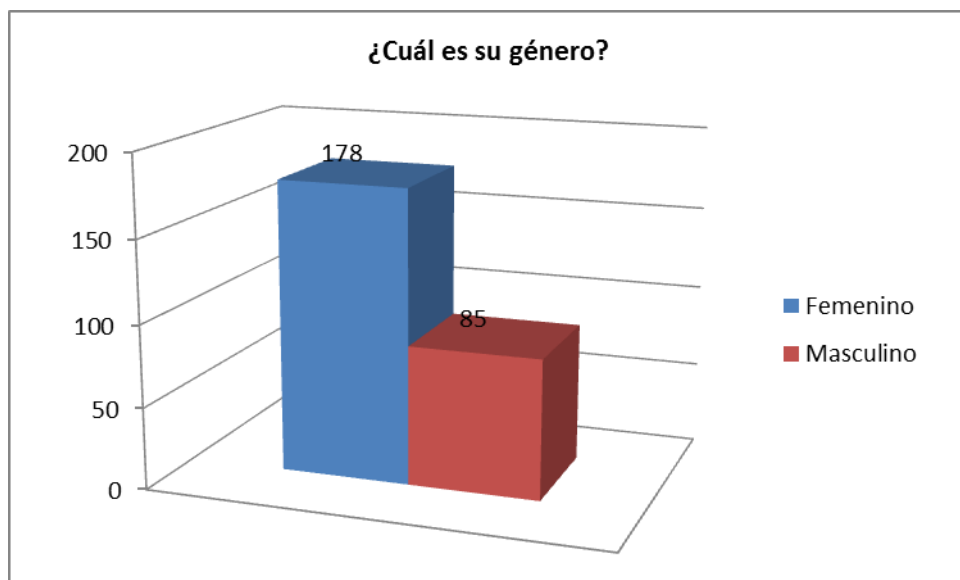


Figura 5. Género
Fuente: Encuesta

El 68% de los encuestados son mujeres y el 32% son masculinos, con esta interrogante se pudo determinar que mayormente el género femenino estudiaría una carrera de educación superior.

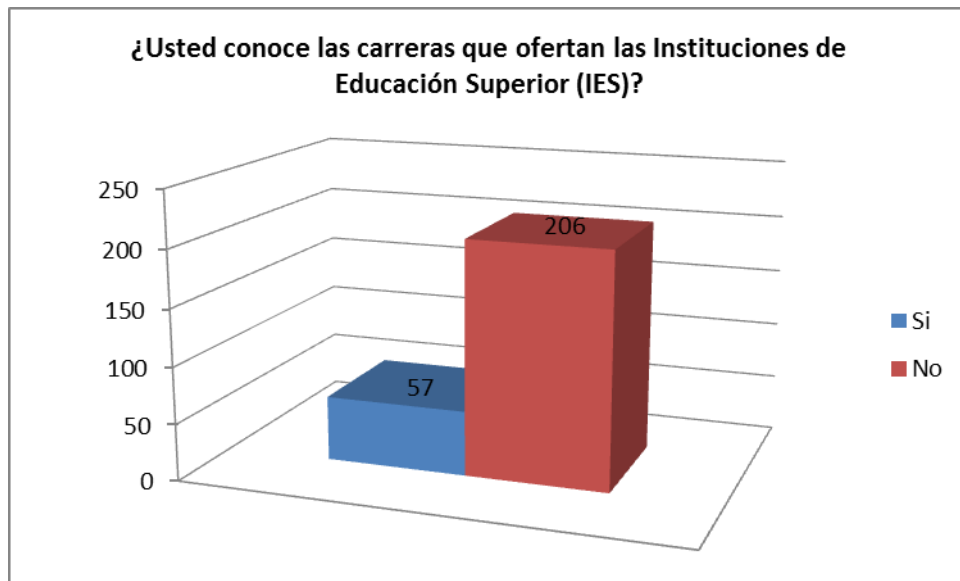


Figura 6. Carreras que ofertan las IES

Fuente: Encuesta

Con esta interrogante se determinó que el 22% de los encuestados tiene conocimiento de las carreras que ofertan las IES y el 78% de los encuestados no conocen las carreras de las IES, por consiguiente se evidencia la falta de conocimiento sobre la oferta educativa de las Instituciones de Educación Superior.

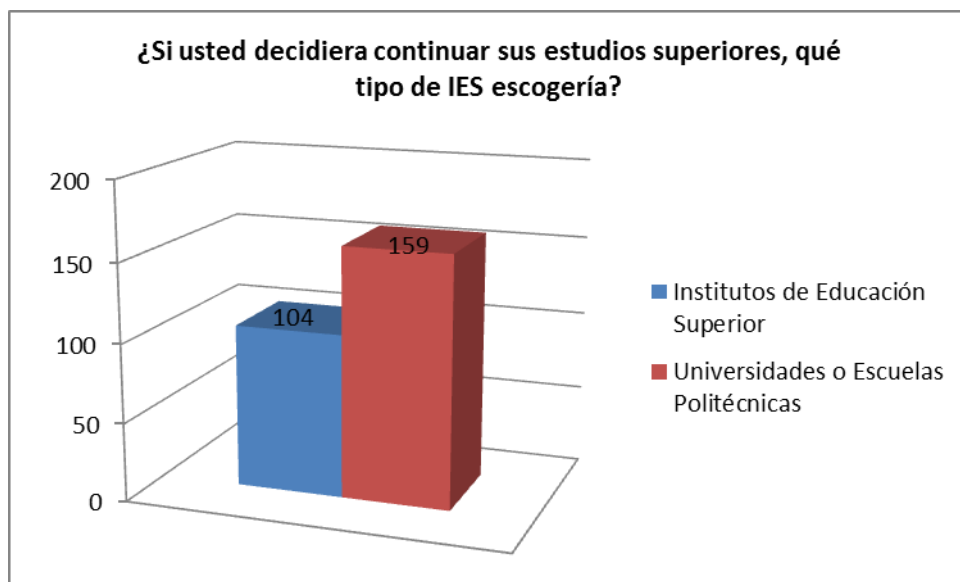


Figura 7. Tipo de IES

Fuente: Encuesta

El 40% de los encuestados continuarán sus estudios superiores en los institutos y el 60% de los encuestados mencionan que estudiarían en las universidades o escuelas politecnicas; con esta interrogante se puede determinar que existe una demanda de estudios técnicos en los institutos.

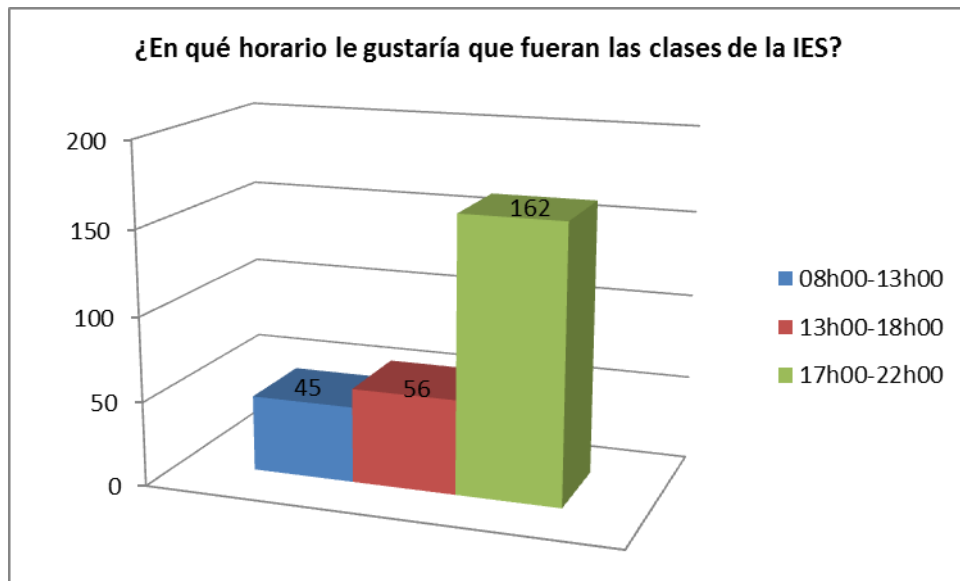


Figura 8. Horario

Fuente: Encuesta

Con esta interrogante se determinó que el 17% de los encuestados podrían estudiar en la mañana, el 21% de los encuestados mencionan que les gustaría estudiar en la tarde y el 62% de los encuestados les gustaría estudiar en la noche, dado que tendrían la oportunidad de trabajar y estudiar a la vez.

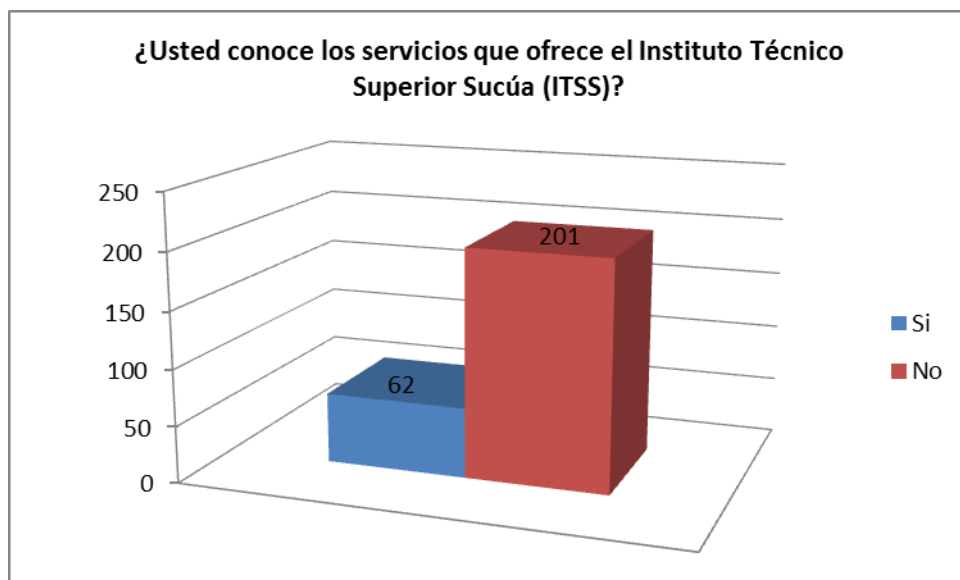


Figura 9. Conocimiento de los servicios que oferta del ITSS

Fuente: Encuesta

El 24% de los encuestados si conocen los servicios que ofrece el Instituto Técnico Superior Sucúa y el 76% no conoce los servicios del ITSS, con esta interrogante se determinó el

grado de conocimiento que tienen los estudiantes de tercer año de bachillerato sobre la institución.

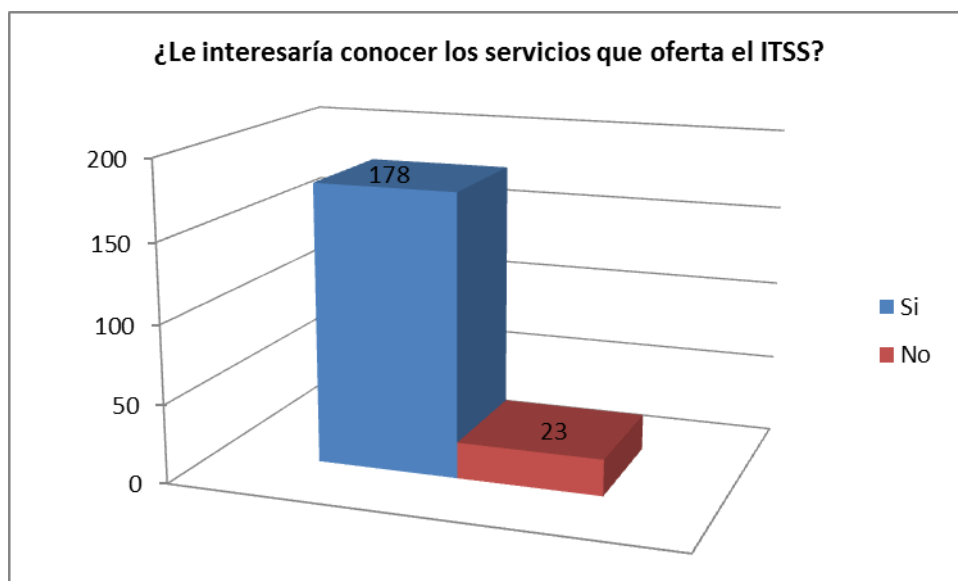


Figura 10. Interés por conocerlos servicios que oferta del ITSS

Fuente: Encuesta

De los 201 encuestados que mencionaron no conocer los servicios del ITSS, el 89% están interesados en conocer los servicios y el 11% de los encuestados no están interesados en conocer los servicios, con esta interrogante se determinó el grado de interés por los servicios del ITSS.



Figura 11. Información sobre los servicios que oferta del ITSS

Fuente: Encuesta

De los 178 encuestados que mencionaron estar interesados en conocer los servicios del ITSS, el 67% de los encuestados les gustaría recibir información sobre los cursos de nivelación y el 33% de los encuestados requieren información sobre la carrera de programación de sistemas, con esta interrogante se determinó las necesidades de información sobre los servicios del ITSS.

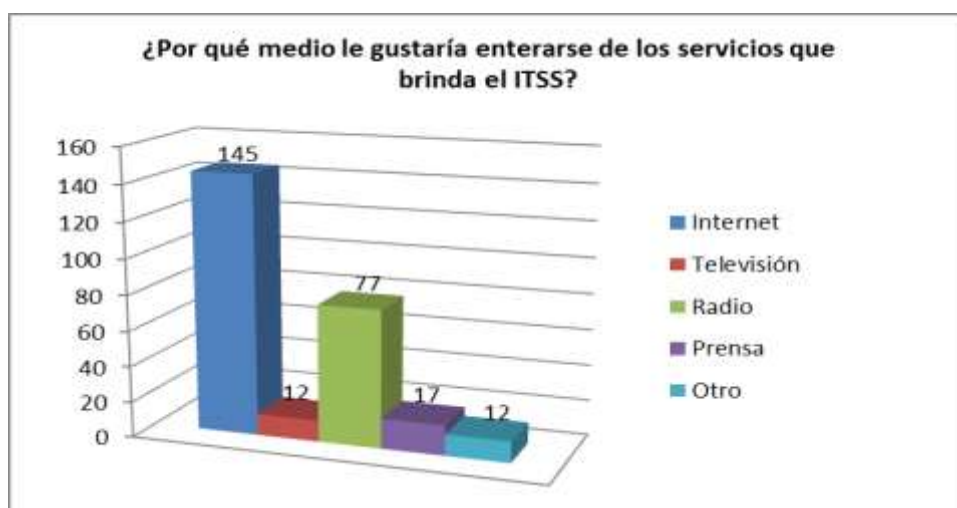


Figura 12. Medios para conocer los servicios que oferta el ITSS

Fuente: Encuesta

Del total de los encuestados, el 55% de los encuestados les gustaría que la información del ITSS este en internet, por ser el medio más difundido en la actualidad, el 5% de los encuestados les gustaría que se informe por los canales televisivos de la localidad, el 29% de los encuestados consideran que la radio seria el mejor medio para obtener información de la institución, el 6% de los encuestados requieren que se publique la información del ITSS por la prensa local y el 5% considera que se informe mediante visitas a los establecimientos educativos de bachillerato.

2.8 Análisis del entorno

2.8.1 Análisis de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos PEST

El análisis PEST identifica los factores políticos, económicos, social y tecnológico del entorno que van a afectar a las empresas, es una herramienta para el análisis del entorno.

Factores Políticos, para determinar el tipo de ambiente en el que se desenvuelve la Institución, es importante conocer las condiciones políticas que muchas veces obstaculizan

o fomentan la actividad educativa en la provincia de Morona; aquí, también se incluye un análisis legal acerca de las regulaciones que deben cumplir las IES y los estudiantes, así como sus posibles cambios.

El Art. 349 de la Constitución de la República establece que el sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

El Art. 350 de la misma Carta Magna anota que el sistema de educación superior está articulado al sistema nacional de educación y al plan nacional de desarrollo y se regirá por los principios de autonomía responsable, cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad, autodeterminación para la producción de pensamiento y conocimiento, en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global.

El Art. 351 de la Constitución establece que el sistema de educación superior estará integrado por universidades y escuelas politécnicas; institutos superiores técnicos, tecnológicos y pedagógicos; conservatorios de música y artes.

El presidente lleva adelante un Proyecto Emblemático de Reconversión de institutos técnicos y tecnológicos como una opción para tu futuro; busca fortalecer física y académicamente de 40 institutos técnicos y tecnológicos públicos a escala nacional en dos categorías de establecimientos: Institutos Tecnológicos Sectoriales (INTES), especializados en áreas específicas de la industria y la producción; e Institutos Técnicos Territoriales (INTTER), multiprofesionales con enfoque en carreras de interés para el desarrollo territorial.

El proyecto de Reconversión de institutos presenta a la ciudadanía una opción profesionalizante válida de educación superior cuyas carreras están diseñadas bajo el “Sistema de Formación Dual”, permite que los estudiantes realicen un proceso de formación académica en dos entornos de aprendizaje: el académico y el laboral, es decir, reciben un componente académico acompañado de una formación y aprendizaje práctico real directamente en las empresas; mismo que prevé métodos de aprendizaje teórico-prácticos incrementando las oportunidades de empleo en menor tiempo.

Ventajas de la formación técnica y tecnológica, tienen una duración de 2 y 3 años en comparación a las carreras universitarias de 4 y 5 años; los profesionales técnicos y tecnológicos estarán preparados para insertarse en las áreas o departamentos de producción, según su especialidad y la formación tecnológica profesional se basa en evaluar procesos, proponer planes de acción y solución, y supervisar procesos en la línea de producción.

La formación dual a nivel mundial, la matrícula en el nivel de formación técnica y tecnológica superior en países como Francia, EE.UU., Reino Unido, Korea o Suiza alcanza porcentajes entre el 23 y 29%. En China, el porcentaje es del 47% y en Bélgica del 50%. En 2017, el Ecuador aspira alcanzar una participación en el nivel técnico y tecnológico superior igual al 25%.

Ramírez, René (2013). Tercera ola de transformación de la educación superior en Ecuador. Quito: SENESCYT, “Luego de las repercusiones que tuvo en la región latinoamericana la Reforma Universitaria de Córdoba (primera reforma) y del más reciente proceso de heteronomización mercantil (expresado también en dinámicas privatizadoras) de la educación superior (segunda reforma), Ecuador busca consolidar una tercera agenda de transformación del sistema de educación superior en general y de la universidad en particular”.

Factores económicos, la nueva oferta académica, forma parte del proyecto de reconversión ha sido identificada a través de la aplicación de una metodología multicriterio que prioriza las necesidades de formación del territorio, las perspectivas de desarrollo económico nacional, el Plan Nacional de Buen Vivir y de cada una de las zonas económicas identificadas, áreas de Interés establecidas en la Constitución de la República del Ecuador, 14 subsectores priorizados en el Código de la Producción, Industrias Estratégicas y actividades y productos priorizados por la SENPLADES.

El Art. 355 de la Constitución expresa que el ingreso a las instituciones públicas de educación superior se regulará a través de un proceso de nivelación y admisión, definidas en la ley. La gratuidad se vinculará a la responsabilidad académica de las instituciones y los estudiantes, de acuerdo a la ley.

Con independencia de su carácter público o particular se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso, en la permanencia, en la movilidad y en el egreso, con excepción del cobro de aranceles en la educación particular.

El cobro de aranceles en la educación superior particular contará con mecanismos tales como becas, créditos, cuotas de ingreso u otros que permitan la integración y equidad social en sus múltiples dimensiones.

Factores Sociales, el componente social del entorno contiene factores como la cultura de la sociedad, las normas éticas, las costumbres, el estilo de vida, el nivel educativo, la distribución etc. Estas variables muchas veces terminan evolucionando hacia factores políticos.

La educación superior ecuatoriana se encuentra atravesando un conjunto de transformaciones sustanciales que buscan generar un nuevo escenario basado en los principios de igualdad de oportunidades, calidad y meritocracia, principios que también constituyen parte de los ejes transversales del Plan del Buen Vivir.

Las instituciones de educación superior son pluralistas, están abiertas a todas las corrientes y formas de pensamiento, dirigen su actividad a la formación integral del ser humano para contribuir al desarrollo del país y al logro de la justicia social, al fortalecimiento de la identidad nacional en el contexto pluricultural del país, a la afirmación de la democracia, la paz, los derechos humanos, la integración, defensa y protección del medio ambiente. Producen propuestas y planteamientos de solución a los problemas, fortaleciendo los valores en la sociedad y la formación profesional, técnica y científica y la contribución para lograr una sociedad más justa, equitativa y solidaria, en colaboración con los organismos del Estado y la sociedad.

Factores tecnológicos, se pone a consideración de la ciudadanía la oferta educativa que consta en el sistema informático del Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA) para la convocatoria del segundo semestre de 2014, con datos relevantes que permitirán a los estudiantes reflexionar sobre su futuro profesional y tomar una decisión informada sobre la carrera que escogerán para la etapa de postulación. Se puede encontrar datos de cada universidad, así como una breve descripción de la carrera, el perfil ocupacional y la información de contacto, que servirá para despejar sus dudas.

2.8.2 Análisis sectorial de la Educación Superior.

La Educación Superior en Morona Santiago, en el cantón Sucúa inicio el 6 de octubre de 1997, con la creación del Instituto Técnico Superior Sucúa mediante el Acuerdo Ministerial 4789, en su art. 1 menciona: “TRANSFORMAR al Colegio SUCUA en instituto técnico

superior, con el ciclo post bachillerato, especializaciones CONTABILIDAD DE COSTOS y PROGRAMACIÓN DE SISTEMAS, a partir del año lectivo 1997-1998, jornada nocturna, por tres promociones". En 1999, se crea la extensión de la Escuela Superior Politécnica Ecológica Amazónica, con carreras de tercer nivel.

En el cantón Limón Indanza, en 1994 se crea el Instituto Tecnológico Superior Limón, con la oferta Educativa en la especialización de ANALISIS DE SISTEMAS.

En el cantón Morona, en 1973 se crea la extensión de la Universidad Católica de Cuenca con la titulación de profesionales de tercer nivel; y en 1997 se crea la extensión de la Escuela Superior Politécnica Ecológica Amazónica, con carreras de tercer nivel y en 2009 con carreras de cuarto nivel.

Las Instituciones de Educación Superior IES, han contribuido al desarrollo de los cantones, la provincia y el país, con un sistema de educación superior con mayor responsabilidad y mejor calidad para satisfacer las necesidades del desarrollo social, científico, tecnológico, económico, cultural y humano del país, otorgando a los individuos posibilidades reales y excelentes de obtener una formación adecuada, con la finalidad de titular profesionales integrales que contribuyan a hacer de este país, una nación capaz de producir bienes y servicios adecuados a las necesidades de su población.

2.8.3 Base legal normativa (Educación Superior, SENESCYT, CES).

La Constitución marcó un hito importante al considerar la educación y la formación como procesos integrales para mejorar las capacidades de la población e incrementar sus oportunidades de movilidad social: "La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el Buen Vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo" (art. 26).

La educación no es un fin en sí mismo, es un proceso continuo y de interés público que integra todos los niveles de formación. El Sistema Nacional de Educación -que comprende la educación inicial y básica y el bachillerato- (art. 343) y el Sistema de Educación Superior (art. 350) están llamados a consolidar las capacidades y oportunidades de la población y a formar académica y profesionalmente a las personas bajo una visión científica y humanista,

que incluye los saberes y las culturas de nuestro pueblo. A estos dos sistemas se suma la formación continua y la capacitación profesional.

La Ley Orgánica de educación Superior, en su Art. 9 establece a la educación superior es condición indispensable para la construcción del derecho del buen vivir, en el marco de la interculturalidad, del respeto a la diversidad y la convivencia armónica con la naturaleza, en su Art. 10, se articula con la formación inicial, básica, bachillerato y la educación no formal en el proceso permanente de educación a lo largo de la vida. En el Art. 162, los institutos superiores técnicos y tecnológicos son instituciones con personería jurídica propia y con capacidad de autogestión administrativa y financiera sujetos a las competencias y atribuciones del Consejo de Educación Superior, organismo, que tiene por objetivo la planificación, regulación y coordinación interna del Sistema de Educación Superior, y la relación entre la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.

La SENESCYT será el organismo encargado de verificar que la oferta y ejecución de los programas de educación superior que se imparten en el país cuenten con las autorizaciones respectivas y sean ofertados por instituciones de educación superior legalmente reconocidas. En caso de incumplimiento, la SENESCYT emitirá el informe respectivo y notificará al CEACCES para que dé inicio a las acciones legales correspondientes. La información de la oferta y ejecución de las carreras y programas académicos que se imparten en el país, será publicada y actualizada periódicamente según el Art. 21 del Reglamento de la LOES.

El CES coordinará acciones entre la Función Ejecutiva, las instituciones del Sistema de Educación Superior y la sociedad ecuatoriana mediante la Asamblea del Sistema de Educación Superior, órgano representativo y consultivo que sugiere al Consejo de Educación Superior, políticas y lineamientos para las instituciones que conforman el Sistema de Educación Superior. El Consejo de Educación Superior funcionará en coordinación con el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior y no podrá conformarse por representantes de las instituciones objeto de regulación ni por aquellos que tengan intereses en las áreas que vayan a ser reguladas según el Art. 171, 182 y 185 de la LOES.

En educación superior, los principios de las propuestas curriculares de gran parte de las carreras de interés público también han comenzado un proceso de revisión, para armonizar los requisitos de egresamiento de los profesionales que se gradúan de las instituciones de

educación superior, tal como estipula la Ley Orgánica de Educación Superior en lo referente al principio de pertinencia.

2.8.4 Alineación de la gestión del ITSS a Políticas Públicas del Plan Nacional para el Buen Vivir.

También el ITSS, se encuentra elaborando el proyecto sobre la nueva oferta académica, será instaurada bajo la modalidad dual de formación, en la cual los estudiantes se instruyen en dos entornos de aprendizajes: el académico y el laboral en las industrias públicas o privadas del país, rompiendo con las formas tradicionales de enseñanza, pues desarticula la imagen del docente como única fuente de conocimiento e instaura un modelo más dinámico de aprendizaje, con la finalidad de cambiar la matriz productiva del país.

En lo referente de la infraestructura se ha conseguido firmar un convenio interinstitucional con el Colegio de Bachillerato Sucúa, para ocupar 6 aulas didácticas y las instalaciones que se necesita como las implementaciones tecnológica del colegio para el proceso de enseñanza aprendizaje, con el compromiso de que los estudiantes den mantenimiento al laboratorio perteneciente a la Unidad de Producción Cybernet del Colegio. Tiene también con una oficina para el Rector y la Secretaria-Coordinadora, equipado de acuerdo a la exigencias actuales para la atención al cliente interno como externo con en el horario de 13h00 a 21h00.

En abril de 2014, la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa, localizado en Morona Santiago, firmaron las escrituras para la donación de un terreno donde se construirá un Instituto Tecnológico Superior Territorial con una inversión aproximada de USD 7 millones, a partir del segundo semestre del 2015, que cubrirá las necesidades de formación académica de nivel técnico y tecnológico en educación intercultural bilingüe, agropecuaria, radiodifusión, audiovisuales, desarrollo integral infantil, entre otras ofertas académicas multiprofesional de la futuros profesionales quienes atenderán los requerimientos de los principales sectores estratégicos, económicos y productivos de la provincia; democratizando el acceso a la educación superior para la ejecución de la propuesta del Proyecto de Reconversión de la Educación Técnica y Tecnológica Superior Pública de Ecuador, a través de la SENESCYT.

El ITSS en concordancia con las Políticas Públicas, se enmarca en el cuarto objetivo del Plan Nacional para el Buen Vivir “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la

ciudadanía, para el período 2013-2017”, proponen el establecimiento de una formación integral centrando esfuerzos para garantizar a todos el derecho a la educación, fortaleciendo el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio.

Según el Objetivo 4.6 del Plan nacional del Buen Vivir, para el 2017 se prevé aumentar la matrícula en institutos técnicos y tecnológicos al 25 %.

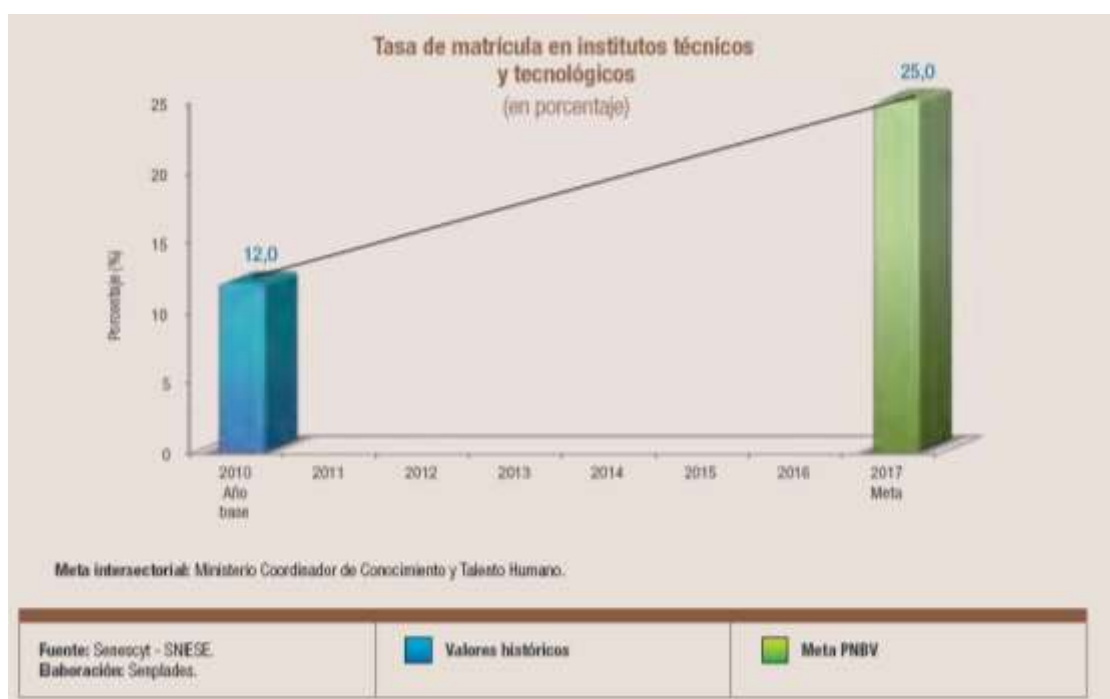


Figura 13. Tasa de matrícula en institutos técnicos y tecnológicos

Fuente: SENESCYT-SNESE

En el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013 se abordaron temas como la mejora de la calidad de la educación superior, mayor investigación, entre otros. No obstante, las brechas a nivel de etnia, género, edad, discapacidades, movilidad humana y territorio persisten.

Según el INEC, 2010^a, la tasa de acceso y asistencia, evidencia que solo el 8% tiene algún nivel de educación superior. A medida que avanzan los niveles de educación, las brechas de asistencia crecen por etnia y discapacidad y entre las poblaciones rurales y urbanas. Entre 2006 y 2012 se ha duplicado el acceso a la educación superior del 40% más pobre de la población, lo cual contribuye a la ruptura del círculo de la pobreza. En 2012, 14 118 aspirantes que pertenecen a familias que reciben el bono de desarrollo humano ingresaron al Sistema de Educación Superior (Senescyt, 2012).

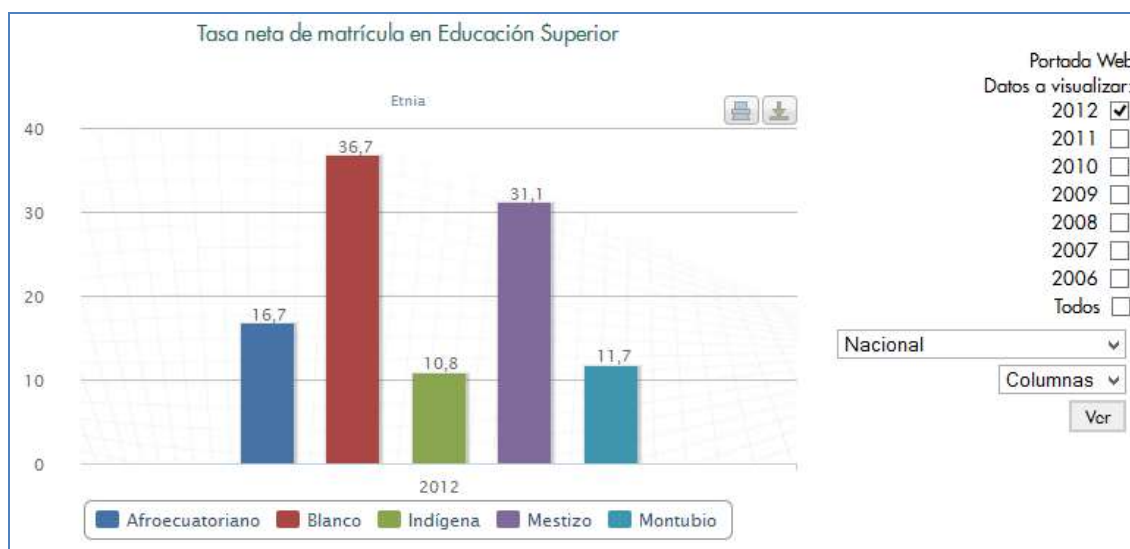


Figura 14. Tasa neta de matrícula en Educación Superior

Fuente: Instituto nacional de Estadística y Censos, Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo

Uno de los logros más importantes es el aumento de la tasa neta de matrícula a la educación superior (para personas de 18 a 24 años), de 13,54% en el año 2001 a 22,6% en el 2010. Esto es fruto de la gratuidad, de la ampliación de la cobertura y de la política nacional de becas, que pasó de otorgar 100 en 2006 a dar 2694 en 2012. No obstante, hay una brecha histórica en el acceso a la educación superior por etnicidad: indígenas (10,8%) y afroecuatorianos (16,7%) se encuentran rezagados frente al resto de la población (31%), aun cuando se evidencia un fuerte incremento del indicador en el último período.

2.9 Análisis competitivo

2.9.1 Análisis 5 fuerzas competitivas de Porter.

Su esquema establece las fuerzas más poderosas, que inciden en un sector específico, partiendo del análisis del mismo.

El modelo de Porter postula que hay cinco fuerzas que conforman básicamente la estructura de la industria. Estas cinco fuerzas delimitan precios, costos y requerimiento de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo.

2.9.1.1 Competidores actuales.

Actualmente, en la provincia de Morona Santiago existen Instituciones de Educación Superior, pero 1 cumplen con los servicios similares pero no idénticos al Instituto Técnico Superior Sucúa.

Las IES existentes son:

- Instituto Tecnológico Superior Limón
- Universidad Católica De Cuenca

Estas Instituciones de Educación Superior manejan sus estrategias enfocadas al mejoramiento de la calidad de educativa superior en la provincia de Morona Santiago. Sin embargo en el cantón no existe un competidor directo, el Instituto es el único dedicado a prestar el servicio de educación superior.

2.9.1.2 Entidad reguladora.

A las Instituciones de Educación Superior, el ente regulador es la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, tiene como funciones, establecer los mecanismos de coordinación entre la Función Ejecutiva y el Sistema de Educación Superior; ejercer la rectoría de las políticas públicas en el ámbito de su competencia; garantizar el efectivo cumplimiento de la gratuidad en la educación superior; identificar carreras y programas considerados de interés público y priorizarlas de acuerdo con el plan nacional de desarrollo; diseñar, implementar, administrar y coordinar el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador, y el Sistema de Nivelación y Admisión y ejercer las demás atribuciones que le confiera la Función Ejecutiva y la LOES.

2.9.1.3 Clientes.

El bachiller de la provincia de Morona Santiago, específicamente de Sucúa y Morona, es un actor visible primordial, que constituye parte de la Población Económicamente Activa del país. El Instituto es el espacio académico destinado para la generación y aplicación de conocimientos y tiene el propósito de formar el mejor talento humano que pueda incidir directamente en el fortalecimiento de la industria nacional, mediante el desarrollo de las principales áreas del conocimiento detectadas como prioritarias para lograr el cambio de la matriz productiva en el Ecuador.

2.9.1.4 Nuevas carreras.

Uno de los objetivos primordiales del Proyecto se basa en la modificación de la vigente desarticulada oferta académica de nivel técnico y tecnológico, razón por la cual, a partir del año 2013, se han ofertado a través del Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA <http://www.snna.gob.ec/>), nuevas carreras para la formación de estudiantes en las siguientes áreas: desarrollo de software, guianza turística, atención primaria en salud, seguridad ciudadana y orden público, minería subterránea, logística y almacenamiento; y mecatrónica automotriz.

2.9.1.5 Amenaza de cierre institucional.

La próxima evaluación a institutos técnicos y tecnológicos que realizará el Consejo de Evaluación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) se extendería hasta fines de año del 2014, esto inquieta a los rectores de estas entidades, el presidente del organismo, Francisco Cadena, indica que el modelo de evaluación está en construcción.

En los institutos el esfuerzo mayor no está en la generación del conocimiento pero sí en la construcción de modelos o de procesos que den cuenta de la aplicación de ese conocimiento; y que la oferta de los institutos se subdivide en industriales, administrativos y agropecuarios.

Ante los avances tecnológicos y su evolución, se concibe a la modalidad presencial como una modalidad en decadencia frente a la Educación Superior a distancia, semipresencial y en línea; estas modalidades van tomando fuerza por las facilidades de estudio que brindan y su tendencia va en incremento.

El poder de negociación de los proveedores es medio, ante las diversas modalidades que se están liderando el mercado educativo en crecimiento; además el mercado nacional tiene poca oferta de docentes con títulos de PhD, pese a su gran demanda que se encuentra estipulada en la LOES y en los indicadores del CEAACES, en particular el Instituto posee docentes de cuarto nivel, siendo necesario incorporar docentes de acuerdo a la normativa legal vigente.

Las barreras de entrada a una Institución Educativa Superior es media, debido a la metodología de asignación de cupos, que son distribuidos en función de:

- El puntaje obtenido en el Examen Nacional de Educación Superior (ENES)
- El número de cupos reportados por las Instituciones de Educación Superior (IES) y,
- El Orden de selección de las opciones de carrera.

El sistema informático está programado para que el proceso de asignación de cupos se realice de acuerdo a las notas (mínimo 601 sobre 1 000), las que son ordenadas de mayor a menor en estricto orden, el sistema ubica a los aspirantes de acuerdo al número de cupos reportados por las IES y de las preferencias (hasta 5 carreras) señaladas por los aspirantes. Por ejemplo, si en una institución existen 200 cupos disponibles en la carrera x, modalidad presencial en el campus x, obtendrán un cupo los 200 aspirantes mejor puntuados en el ENES que seleccionaron entre sus opciones esta carrera, siempre iniciando en la primera opción.

2.9.2 Conclusión general sobre la naturaleza del sector.

En el ámbito educativo, las barreras de entrada para nuevas Instituciones de Educación Superior son sumamente altas, actualmente el CEAACES se encuentran en un proceso de depuración de estas instituciones para el mejoramiento de la calidad de la educación superior, aparte del exhaustivo control y el alto grado de dificultad que actualmente existe por parte del Gobierno Central del Ecuador con respecto a la apertura.

Finalmente, el progreso de este sector de la sociedad depende únicamente del impulso y fortalecimiento de las instituciones existentes de educación superior a nivel técnico y tecnológico.

2.9.3 FODA

El análisis FODA reduce sus debilidades y crea estrategias para afrontar las amenazas internas y externas descubiertas, orienta las acciones de las instituciones, beneficiando objetivamente sus potenciales internos y aspectos positivos del entorno externo.

Posterior al análisis, se logró realizar un FODA, en el cual se representa los aspectos positivos y negativos, las oportunidades y amenazas que tiene la Institución.

Tabla 12. FODA

	FODA	
	Fortalezas	Debilidades
Internas	• F1. El perfil del personal está acorde con el puesto, por su experiencia laboral y conocimientos en los diferentes campos de la educación. • F2. Excelente planeación estratégica en la apertura de nuevas carreras acorde a las necesidades del sector. • F3. Convenio Interinstitucional. • F4. Directivos comprometidos con el posicionamiento del ITSS • F5. Reconocimiento local de autoridades por el apoyo de proyectos de vinculación.	• D1. Bajo nivel de coordinación y comunicación entre las diferentes áreas de: pertinencia, currículo, calidad de la docencia, y ambiente institucional para una planificación, ejecución, seguimiento y evaluación a lo programado. • D2. No cuenta con una Página Web. • D3. Limitado número de docentes a tiempo completo. • D4. Débil cultura tecnológica y uso de información cuantitativa. • D5. Falta de información y promoción de la Institución y nuevas carreras, no permitirá que el mercado objetivo opte por estudiar carreras técnicas en la institución.
	FODA	
	Oportunidades	Amenazas
Externas	• O1. Existe un incremento sostenido del presupuesto para contratación de docentes a tiempo completo. • O2. El PNBV y el nuevo marco constitucional dispone a la educación como una prioridad nacional y política de Estado. • O3. La apertura de nuevas IES es baja, por las altas barreras de creación que deben afrontar frente a los requisitos que pide la Ley de Educación Superior. • O4. Incremento de la demanda de los servicios profesionales técnicos por las instituciones públicas y privadas. • O5. Gratuidad de la Educación Superior	• A1. Estudiantes que opten por no continuar con los estudios superiores, obliga a las instituciones de educación superior a su cierre definitivo. • A2. Preferencia de los bachilleres por una carrera de tecnología o tercer nivel. • A3. Oferta de la carrera similar a programación de sistemas a nivel tecnológico en el Instituto Tecnológico Limón. • A4. Falta de docentes con título de PhD. • A5. Obsolescencia prematura de equipos tecnológicos.

Fuente: ITSS

CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR SUCÚA

Posteriormente de ser analizada y puntualizada la situación actual del Instituto Técnico Superior Sucúa, se identificaron varios problemas, el principal es la ausencia de un profesional en comunicación que guíe esta área dentro de la institución, no existe una planificación estratégica en el ITSS lo cual ha perjudicado directamente al desarrollo y al cumplimiento de objetivos. Por ello, el poco conocimiento de técnicas comunicativas a través de algún medio ha afectado directamente a la imagen de la institución y no ha logrado posicionarse en su público objetivo, y a su vez no ha permitido promocionar los servicios y carreras que ofrece.

El Instituto Técnico Superior Sucúa, no ha establecido estrategias comunicacionales y ha dejado de lado la importancia de la comunicación externa, ocasionando una relación poco favorable con su público externo creando un desconocimiento sobre los planes y programas de estudio que ofrece.

En base a este análisis, se establecen estrategias necesarias que cumplan con las metas propuestas y que superen las expectativas de sus autoridades y de su público externo, el plan estratégico contiene la misión (labor en el mercado), la visión (objetivos y las metas) y los valores (forma de trabajo).

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo general

- Preparar a los estudiantes científica y técnicamente en las carreras de: Programación de Sistemas, y Atención Médica Primaria, en el marco de calidad total de la educación Superior para desarrollar las potencialidades intelectuales y competencias, que les permitan resolver sus problemas y los de la comunidad, para mejorar la calidad de vida.

3.1.2 Objetivos específicos

- Formar a jóvenes con enfoque en el desarrollo estratégico del país, con una educación superior, ciencia, tecnológica y saberes ancestrales, con conciencia de clase para el ejercicio integral de la ciudadanía y la vivencia en ambientes de paz, de democracia e integración.

- Desarrollar técnicos Superiores, capaces de conocer el mundo en que viven, utilizando sus capacidades e instrumentos del conocimiento.
- Preparar seres Técnicos de Educación Superior, capaces de mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía y que se caracteriza por el empleo eficiente y eficaz en su vida profesional, siendo reconocidos como la semilla para el desarrollo del país.

3.2 Análisis de la matriz FODA

A continuación, se definen las estrategias utilizando las fortalezas, aprovechando las oportunidades, reduciendo las debilidades y amenazas; además se establecieron las estrategias combinadas FO, FA, DO, DA que ayudaran a alcanzar los objetivos propuestos.

Tabla 13. Desarrollo de estrategias mediante el análisis FODA-FO

	Oportunidades			
Fortalezas	O1. Existe un incremento sostenido del presupuesto para contratación de docentes a tiempo completo.	O2. El PNBV y el nuevo marco constitucional disponen a la educación como una prioridad nacional y política de Estado.	O3. La apertura de nuevas IES es baja, por las altas barreras de creación que deben afrontar frente a los requisitos que pide la Ley de Educación Superior.	O4. Incremento de la demanda de los servicios profesionales técnicos por las instituciones públicas y privadas.
F1. El perfil del personal está acorde con el puesto, por su experiencia laboral y conocimientos en los diferentes campos de la educación.	F1-O1			
F2. Excelente planeación estratégica en la apertura de nuevas carreras acorde a las necesidades del sector.				F2-O4

F3. Convenio Interinstitucional .		F3-O2		
F4. Directivos comprometidos con el posicionamiento del ITSS			F4-O3	
F5. Reconocimiento local de autoridades por el apoyo de proyectos de vinculación.		F5-O2		

Fuente: ITSS

La determinación de las Fortalezas-Oportunidades:

F1-O1: Contratar docentes a tiempo completo

F2-O4: Incrementar las carreras mediante la realización de proyectos que cubran la oferta laboral del sector aprovechando la oportunidad de apertura de nuevas carreras del Consejo de Educación Superior (CES).

F3-O2: Ejecutar convenios bajo el marco constitucional que dispone a la educación como un derecho con las diferentes Instituciones Educativas a través de una alianza estratégica por parte del Instituto para nivelar a los bachilleres.

F4-O3: Posicionar la institución en la provincia, aprovechando la barrera existente para crear nuevas IES.

F5-O2: Promover programas de vinculación que impulsen el desarrollo de las comunidades del sector.

Tabla 14. Desarrollo de estrategias mediante el análisis FODA-FA

	Amenazas				
Fortalezas	A1. Estudiantes que opten por no continuar con los estudios superiores, obliga a las instituciones de educación superior a su cierre definitivo.	A2. Preferencia de los bachilleres por una carrera de tecnología o tercer nivel.	A3. Oferta de la carrera similar a programación de sistemas a nivel tecnológico en el Instituto Tecnológico Limón.	A4. Falta de docentes con título de PhD.	A5. Obsolescencia prematura de equipos tecnológicos

F1. El perfil del personal está acorde con el puesto, por su experiencia laboral y conocimientos en los diferentes campos de la educación.				F1-A4	
F2. Excelente planeación estratégica en la apertura de nuevas carreras acorde a las necesidades del sector.		F2-A2			
F3. Convenio Interinstitucional					F3-A5
F4. Directivos comprometidos con el posicionamiento del ITSS	F4-A1		F4-A3		

Fuente: ITSS

La determinación de las Fortalezas-Amenazas:

F1-A4: Fomentar la formación doctoral en los docentes de cuarto nivel.

F2-A2: Identificar las necesidades de los servicios de nuevas carreras acorde a las exigencias de la localidad con la finalidad de atraer al mercado objetivo y evitar el cierre de la institución.

F3-A5: Identificar las necesidades de infraestructura para actualizar los equipos tecnológicos con la finalidad de fortalecer las carreras existentes.

F4-A1: Incentivar a los estudiantes a continuar sus estudios mediante una planificación de los directivos del ITSS.

F4-A3: Gestionar ante las Instituciones de Control la ampliación de la oferta académica de Técnica a Tecnológica mediante proyectos de reconversión institucional.

Tabla 15. Desarrollo de estrategias mediante el análisis FODA-DO

	Oportunidades			
Debilidades	O1. Existe un incremento sostenido del presupuesto para contratación de docentes a tiempo completo.	O2. El PNBV y el nuevo marco constitucional disponen a la educación como una prioridad nacional y política de Estado.	O4. Incremento de la demanda de los servicios profesionales técnicos por las instituciones públicas y privadas.	O5. Gratuidad de la Educación Superior

D2. No cuenta con una Página Web.			D2-O4	
D3. Limitado número de docentes a tiempo completo.	D3-O1			
D5. Falta de información y promoción de la Institución y nuevas carreras, no permitirá que el mercado objetivo opte por estudiar carreras técnicas en la institución.		D5-O2		D5-O5

Fuente: ITSS

La determinación de las Debilidades-Oportunidades:

D2-O4: Implementar una página web para dar a conocer al mercado objetivo y a la población sobre los servicios y carreras del ITSS.

D3-O1: Gestionar la contratación de docentes a tiempo completo en la SENESCYT en base a un informe de necesidades.

D5-O2: Socializar la normativa legal vigente de la LOES, PNBV, entre otros a los estudiantes del tercer año de bachillerato con la finalidad de motivar a los bachilleres.

D5-O5: Realizar campañas de promoción en los colegios de bachillerato con el fin de informar el proceso de acceso a la gratuidad de la Educación Superior.

Tabla 16. Desarrollo de estrategias mediante el análisis FODA-DA

Debilidades	Amenazas		
	A1. Estudiantes que opten por no continuar con los estudios superiores, obliga a las instituciones de educación superior a su cierre definitivo.	A3. Oferta de la carrera similar a programación de sistemas a nivel tecnológico en el Instituto Tecnológico Limón.	A5. Obsolescencia prematura de equipos tecnológicos
D1. Bajo nivel de coordinación y comunicación entre las diferentes áreas de: pertinencia, currículo, calidad de la docencia, y ambiente institucional	D1-A1		

para una planificación, ejecución, seguimiento y evaluación a lo programado.			
D4. Débil cultura tecnológica y uso de información cuantitativa.		D4-A3	D4-A5

Fuente: ITSS

La determinación de las Debilidades-Amenazas:

D1-A1: Fortalecer la comunicación interna y externa de la institución a fin de mejorar procesos internos e informar oportunamente al público objetivo.

D4-A3: Motivar a los estudiantes de la carrera de Programación de Sistemas a continuar sus estudios de tecnología en el Instituto Tecnológico Limón, posterior al título de técnicos.

D4-A5: Promover una cultura tecnológica eficaz a fin de plantear proyectos de equipamiento tecnológico con equipos que estén acorde a la tecnología.

3.3 Estrategias de comunicación

- Difusión de Políticas públicas, difusión y capacitación permanente de leyes, normas, reglamentos, políticas y procedimientos relacionados con la gestión y atención en educación superior.
- Articulación y modulación de los servicios de educación superior con los organismos de regulación de las IES.
- Formulación y ejecución de planes, programas y proyectos, evaluando su impacto en la institución y el sector.
- Elaborar campañas de difusión a través de los medios de comunicación y manteniendo una interacción continua con estudiantes de tercer año de bachillerato, con el fin de generar estrategias de preferencia por carreras técnicas.
- Coordinar los servicios de cursos de nivelación, procurando el uso racional de recursos a través de alianzas estratégicas y la adecuación de oferta y demanda de los servicios.
- Realización de proyectos con los diferentes programas de capacitación para fortalecer la planta docente de manera eficiente, eficaz y transparente de los recursos.

- Efectuar procesos de desarrollo organizacional efectivos basados en procesos, procedimientos, servicios y perfiles adecuados, orientados a proveer calidad de servicios de educación y tomando acciones en función de análisis de situación continuos por nivel de gestión.
- Establecimiento de programas de seguimiento a graduados y evaluación continua de desempeño de los profesionales.

3.4 Plan de comunicación externa

En base al resultado de las encuestas realizadas a los estudiantes de tercer año de bachillerato, y el análisis de su entorno externo, se detectaron cuáles son los aspectos negativos y positivos con los que cuenta el Instituto. De acuerdo a este análisis se deben establecer estrategias necesarias para cumplir con las metas propuestas y superar las expectativas del público objetivo del ITSS.

Con el buen manejo de estrategias comunicacionales, la Institución puede mejorar ciertos aspectos que perjudican su imagen externa, como la eficiencia en los servicios y carreras que brinda a los bachilleres y la actualización de su identidad visual corporativa; con la finalidad de consolidar una buena imagen externa y logre promocionarse y dé a conocer los servicios que oferta.

El plan estratégico de comunicación externa está dirigido a plantear diferentes estrategias que sirvan de base para el mejoramiento y desarrollo de programas de Educación Superior con el fin de mejorar la calidad de vida de los profesionales técnicos, y así proyectar una imagen positiva del ITSS.

3.4.1 Objetivo general

El Instituto Técnico Superior Sucúa pretende mejorar y potenciar la imagen institucional y posicionarse en la mente de los bachilleres como una Institución de Educación Superior con carreras de gran demanda laboral.

3.4.2 Objetivos específicos

Posicionar en un 75% en el lapso de un año, la imagen institucional como una IES de gran oferta académica y últimas referencias del mercado educativo para generar conocimiento y notoriedad de los servicios que oferta el Instituto Técnico Superior Sucúa.

Aumentar el número de estudiantes en un 25% en relación al semestre anterior para lograr una penetración mayor en el mercado educativo en el año 2015.

Propiciar un 90% de comunicación efectiva, abierta y fluida con relación al semestre anterior para mejorar la imagen externa que proyecta el Instituto Técnico Superior Sucúa

Tabla 17. Matriz de indicadores

Indicador	Meta	Objetivo	Medios o formas de comunicación	Resultados esperados	Indicadores de verificación	Indicadores de impacto
Participación	Promocionar los planes y programas del Instituto en los colegios de bachillerato y a los bachilleres en general a través de estrategias de comunicación.	Posicionar la imagen institucional como una IES de gran oferta académica y últimas referencias del mercado educativo para generar conocimiento y notoriedad de los servicios que oferta el Instituto Técnico Superior Sucúa.	Participar en eventos educativos y públicos para promocionar la institución.	El ITSS se posiciona en su público objetivo.	Cronograma de eventos que realicen en el período educativo 2014-2015 en la provincia.	Número de bachilleres que se contactaron con la institución través de las redes sociales.
			Implementar una página web.	El instituto difunde sus servicios educativos a través de herramientas tecnológicas.	Contratación de profesionales especializados en sistemas para implementar la página web	Medición de la satisfacción de los públicos externos a través de encuestas.
			Plantear a la institución la necesidad de contratar una persona con conocimientos en comunicación organizacional.	La comunicación interna y externa de la Institución se la maneja de forma correcta.	Currículo vitae por parte de los posibles candidatos, pruebas psicológicas y entrevistas personales.	Análisis del perfil óptimo para el cargo.
Aceptación	Elevar el conocimiento sobre la oferta educativa del ITSS	Aumentar el número de estudiantes en un 10% en relación al semestre anterior para lograr una penetración mayor en el mercado educativo en el	Realizar charlas, seminarios y talleres de motivación personal y profesional que destaquen la importancia de una profesión técnica en el sector.	Profesionales altamente capacitados que orienten a los bachilleres a optar por la mejor profesión técnica.	Contratación de profesionales en orientación educativa para atender a los públicos objetivos indecisos.	Informe del nivel de satisfacción por parte de los bachilleres

		año 2015.	Diagnosticar periódicamente las necesidades de profesionales.	Conocemos la demanda actual laboral.	Implementar proyectos de mejora.	Peritaje y fiscalización de los proyectos.
Competencia	Ampliar la imagen del ITSS mediante la aplicación de estrategias comunicacionales	Propiciar comunicación efectiva, abierta y fluida para mejorar la imagen externa que proyecta el Instituto Técnico Superior Sucúa	Aplicar la identidad visual corporativa.	Manejo de una correcta identidad corporativa para tener un correcto uso del escudo institucional.	Coordinar con el encargado de comunicación el correcto uso de la identidad visual.	Resultado del buen manejo de identidad corporativa.
			Elaborar material audio visual sobre los servicios educativos que ofrece la Institución	Presentación de herramientas audio visuales novedosas para promocionarse.	Coordinar con el encargado de comunicación la elaboración del material audio visual.	Encuestas al público externo de los servicios que ofrece el Instituto.
			Realizar campañas de promoción a través de conferencias y talleres en línea en las diferentes instituciones educativas de bachillerato.	Se profundiza el conocimiento de institución en los diferentes centros educativos.	Listado de instituciones educativas donde se va a dictar las conferencias y talleres.	Confirmación de instituciones educativas que estén interesados en orientar los servicios educativos del ITSS.
			Implantar un plan de medios para dar a conocer el ITSS a su público objetivo y llegar a un mercado más amplio.	El público objetivo tiene como preferencia al ITSS como primera opción de sus estudios superiores.	Realizar canje publicitario a través de capacitaciones gratuitas para los propietarios de los medios.	Informe del nivel de satisfacción de los públicos externos.

Fuente: Investigadora

Tabla 18. Matriz de Acciones para el Plan Estratégico de Comunicación Externa

ACCIÓN	IMPACTO	REQUERIMIENTOS
Efectuar talleres de capacitación para el personal de la institución.	Personal del ITSS	1. Elaboración de un cronograma de talleres 2. Investigar el tipo de talleres que ofrezcan un alto grado de conocimientos en las áreas de la institución. 3. Cotizar presupuestos de los talleres.
Implementar una página web.	Público Objetivo ITSS	1. Coordinar con el Rector del ITSS el requerimiento inmediato de la implementación de la página web con registro de dominio educativo. 2. Evaluar presupuesto de las diferentes empresas especializadas en informática. 3. Dar a conocer la página web de la Institución a través de correos electrónicos y redes sociales.
Realizar charlas, seminarios y talleres de motivación personal y profesional que destaquen la importancia de una profesión técnica en el sector.	Público Objetivo ITSS	1. Elaborar un cronograma donde conste las fechas de las charlas, seminarios y talleres. 2. Organización de las actividades y temas a tratar por parte del encargo de comunicación. 3. Realizar un sondeo de opinión en las instituciones educativas de bachillerato sobre los temas a impartir en las charlas, seminarios y talleres. 4. Plantear la necesidad de asistir a charlas, seminarios y talleres con el fin de que los estudiantes de tercer año de bachillerato opten por continuar sus estudios superiores en el instituto. 5. Cuantificar el presupuesto para las charlas, seminarios y talleres.
Diagnosticar periódicamente las necesidades de profesionales.	Público Interno y Externo ITSS	1. Diagnosticar periódicamente las necesidades de demanda laboral actual. 2. Cronograma de implementación de proyectos de mejora. 3. Peritaje y fiscalización de los proyectos.
Aplicar la identidad visual corporativa	Público Interno y Externo ITSS	1. Implementar la identidad visual en los elementos de identidad del ITSS. 2. Evaluar la acogida y uso del escudo institucional dentro y fuera de la institución. 3. Determinar del presupuesto para difundir la identidad visual impreso o en versión digital.

Fuente: Investigadora

3.5 Herramientas web 2.0

Según HERNANDEZ, P. (2007) hace referencia a las herramientas de la web 2.0 como: “La WEB 2.0 es un concepto que nos muestra la capacidad de interacción superior que se está desarrollando entre los usuarios de Internet, y cómo esta forma de relacionarse es llevada a planos más allá de la tecnología, aterrizándolos en campos socioculturales. El término WEB 2.0 está asociado a aplicaciones web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web”

La WEB 2.0 es una nueva forma de comunicación social. Ante todo, un nuevo paradigma social. Es una novedosa herramienta tecnológica y permite buscar, crear, compartir información e interactuar on-line.

Para que la información del ITSS, fluya de manera rápida a un mayor número de públicos externos se debe crear una cuenta en las redes sociales como YouTube, Twitter o Facebook son sitios web donde los usuarios comparten fotos, música, diarios y opiniones sobre temas de interés.

YouTube, sitio web donde los usuarios "" jóvenes"" menores de 30 años intercambian opiniones, por este motivo, el responsable de comunicación debe evaluar durante el primer semestre la conveniencia de llevar a cabo acciones específicas en este tipo de espacios web, ya sea publicando vídeos sobre los servicios y /o eventos para facilitar la publicación de sus contenidos y, por lo tanto, incrementar la visibilidad del sitio web de la institución en la Red.

Twitter es una herramienta eficaz de comunicación con los medios de comunicación, de manera que la institución puede anunciar las actividades que organiza, así como puede avisar de cualquier modificación que se realice sobre el acto. Si un periodista sigue el Twitter de la institución, rápidamente podrá ver las a través de soportes móviles.

Facebook, consigue un efecto difusivo, estas redes sociales también se observa en las webs de recomendación de noticias y acontecimientos. En ellas, los miembros votan y comentan las noticias ya publicadas en Internet (blogs, revistas especializadas, medios digitales, etc.).

3.6 Presupuesto del plan estratégico de comunicación externa

Tabla 19. Presupuesto

ACTIVIDAD	PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS		PRESUPUESTO TOTAL	% EJECUCIÓN	RESPONSABLE
	I SEMESTRE	II SEMESTRE			
Capacitación para el personal de la institución	600,00	600,00	1200,00	100,00%	ITSS
Charlas, seminarios y talleres para promocionar la institución	1300,00	1300,00	2600,00	100,00%	ITSS
Investigación de la demanda laboral		700,00	700,00	100,00%	ITSS
Elaboración de proyectos de apertura de nuevas carreras	900,00		900,00	100,00%	ITSS
Página web	800,00	300,00	1100,00	100,00%	ITSS
Material promocional					
Bolígrafos (1000)		420,00	420,00	100,00%	ITSS
Llaveros acrílicos (1000)		950,00	950,00	100,00%	ITSS
Hojas volantes A6 (1000)		130,00	130,00	100,00%	ITSS
Banner con estructura metálica (2)		190,00	190,00	100,00%	ITSS
Pancartas 2 (2,00 x 0,50)		94,08	94,08	100,00%	ITSS
Plan de medios (en caso de no realizar canje publicitario)					
Radio Impacto y Radio Macas		150,00	150,00	100,00%	ITSS
Canal Televisivo Líder Visión		450,00	450,00	100,00%	ITSS
Periódico La Randimpa		150,00	150,00	100,00%	ITSS
TOTAL			9034,08		

Fuente: Proforma

Los responsables de implementar el plan son los directivos del Instituto Técnico Superior Sucúa.

La evaluación financiera del proyecto no se ha realizado porque trata de un proyecto institucional no privado, juzga el proyecto desde la perspectiva del objetivo de no generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de asignación de fondos del sector público para realizar el proyecto, sin contemplar el retorno de la inversión.

CONCLUSIONES

Los datos obtenidos en las encuestas determinaron el grado de conocimiento y la aceptación de las instituciones de educación superior por parte de los estudiantes de tercer año de bachillerato, por otro las personas que no conocían los servicios determinaron sus preferencias sobre la tipo de IES, horario y servicio que requieren del Instituto.

La comunicación externa del instituto Técnico Superior Sucúa se ha mantenido en una posición baja dentro de los estudiantes de tercer año de bachillerato de los establecimientos educativos de Sucúa y Morona, debido a la falta de información de los servicios por los medios de comunicación.

Los encuestados determinaron están interesados en conocer los servicios de la institución, consideran que sí son informados podrán optar por estudiar en el ITSS y así lograr formarse en una carrera técnica, dado que en el cantón Morona no existen institutos.

Se determinó las necesidades en cursos de nivelación por parte de los encuestados, los datos permitirán a la Institución difundir este servicio y apoyar a los bachilleres para que se formen académicamente.

Con respecto a los medios comunicacionales más utilizados por los encuestados, se obtuvo un alto porcentaje de aceptación internet y la radio, esto servirá de guía para que la Institución logre diseñar un plan de medios y medir el impacto en su público objetivo, con la ayuda de alianzas estratégicas para su ejecución.

Aumentar el sentimiento de pertenencia, cuando la ciudadanía de los cantones Sucúa y Morona de la provincia de Morona Santiago se sientan identificadas con la institución, recepcen la información con transparencia, tengan acceso a la información, rendición de cuentas y transmitan una imagen positiva del ITSS.

Este plan permite optimizar las interacciones del ITSS con sus diversos públicos, previa identificación, segmentación y diagnóstico del impacto comunicacional con éstos.

La implementación del plan estratégico de comunicación en el ámbito externo, por parte de la institución permite proyectar una imagen favorable del Instituto Técnico Superior Sucúa

en la promoción de sus actividades y servicios; y evaluar en lo posterior la eficiencia del mismo.

Es importante que el Instituto Técnico Superior Sucúa tenga un departamento de comunicación, o en su caso, ejecute el plan de comunicación que maneja estrategias de comunicación para desarrollar y posicionar a la institución en un nivel más alto.

En el ámbito educativo del sector, las barreras de creación para nuevas Instituciones de Educación Superior son altas, requieren de infraestructura, docencia, investigación, entre otros parámetros, los cuales garanticen la educación superior, aparte del control por el Consejo de Educación Superior y el alto grado de requerimientos y exigencias que actualmente existe por parte del Gobierno central del Ecuador con respecto a la conformación de IES por consiguiente se debe fortalecer al ITSS en todos sus ámbitos.

La competencia que tiene el ITSS en este sector educacional es baja, al ser institución sin fines de lucro, porque solo existe el Instituto Tecnológico de Limón que tiene una carrera similar pero se encuentra a varios kilómetros de distancia.

Al ser una política de prioridad nacional, el ITSS tiene el apoyo de las instituciones de regulación de la educación superior, quienes garantizan la educación aparte de su misma política de ayudar y brindar las garantías necesarias para el desarrollo de la sociedad y el país.

El acercamiento con los bachilleres es la base general del posicionamiento del ITSS generando así el profesionalismo, ya que el grupo objetivo prácticamente no tiene a dónde acudir.

La evolución de la tecnología que invade Morona Santiago y el país, permite al ITSS diseñar la página web más interactiva para ser más competitiva y abarcar un mayor grupo de interés.

La imagen corporativa es muy importante para el ITSS, el personal administrativo y docente deben cuidar su apariencia personal por ser el reflejo de la institución.

La comunicación externa dentro del Instituto Técnico Superior Sucúa, está reflejada en la relación personal que ha tenido el Rector con su público objetivo, la calidad de información y la credibilidad de los servicios educativos; sin embargo estos servicios deben ser

proyectados por cada uno de los profesionales de la institución, con el fin de que respondan con los requerimientos de información a los bachilleres de una forma más rápida y eficiente a la mayoría de ellos.

El posicionamiento del ITSS es relativamente bueno, a pesar de que los estudiantes de tercer año de bachillerato no visitaron la institución, habían escuchado su nombre; no se debe descuidar la promoción, el desconocimiento de los servicios puede provocar un estancamiento del desarrollo social y profesional.

RECOMENDACIONES

Delegar a la Directora Académica para que elabore un cronograma de visitas a los establecimientos educativos, de esta forma, se pretende responder de forma inmediata a las necesidades de información sobre los servicios que ofrecen así como proporcionar información de contacto.

Implementar una página web, donde incluya cada uno de los planes, programas e información general de la Institución, con el fin de que el público objetivo tenga acceso a la misma, y se mantengan al tanto de los diferentes servicios que brinda el Instituto.

Plantear a la Institución la necesidad de contratar una persona con conocimientos en comunicación organizacional para que lleve de forma correcta la comunicación interna y externa del Instituto.

Realizar campañas de promoción a través de charlas, conferencias, seminarios y talleres que orienten y enfatizen la importancia de optar por una carrera técnica y la demanda que el país tiene de estos profesionales en la actualidad.

Establecer un plan de medios para dar a conocer la Institución a su público objetivo y a su vez llegar a un mercado más amplio, a través de publicidad en diversas redes sociales, radios, canales de televisión y periódicos.

Elaborar material audio visual sobre los servicios que ofrece la Institución y proyectarlos en las ferias estudiantiles de los colegios, en el aniversario de cantonización de Sucúa y Morona, así como de la Provincia.

Ejecutar este plan de comunicación externa para la cumplimiento de todos sus proyectos, ya que es una guía indispensable para manejar correctamente la cultura organizacional y la imagen externa de la institución.

Ejecutar el plan de medios para promocionar sus servicios y mantener su posicionamiento, la baja amenaza de nuevas IES es una oportunidad para que la institución se consolide en Morona Santiago.

Crear un departamento de comunicación para el buen desarrollo de la institución, a priori es necesario que se contrate a una persona con conocimientos en comunicación organizacional, para que supervise todos los aspectos en esta área.

Ejecutar el plan de comunicación externa, para corregir sus errores y proyectar servicios educativos de calidad, para tener una ventaja competitiva y reflejar sus eficientes servicios.

Realizar charlas, seminarios y talleres que enfatizen la importancia de la educación superior, plantear la necesidad de continuar con los estudios superiores.

Continuar con los trámites con NIC-Ecuador para el alojamiento de la página web del ITSS y su respectivo dominio www.itssucua.edu.ec

BIBLIOGRAFÍA

ASAMBLEA NACIONAL. Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, Libertad de Expresión y Acceso a la Información Pública.

BARQUERO, J.D. y FERNANDEZ, F. (2007). Los secretos del protocolo, las relaciones públicas y la publicidad. Cap. XI Publicidad Hoy. Valladolid: LEX NOVA S.A. (pp. 344)

CAMACHO, C. (s/f) América Latina, en el reto de construir puentes con y entre las ciudadanías. El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa

COSTA, Joan. "La Comunicación en Acción: informe sobre la nueva cultura de gestión". Pág144. Edit. Paidós. España. 1999

GARRIDO, F. (s/f) Comunicación Estratégica, Las Claves en la Comunicación Empresarial en el Siglo XXI

HERNANDEZ, P. (2007) Tendencias de Web 2.0 aplicadas a la educación en línea.

KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2007) Fundamentos del Marketing, Marketing Social.

KREPS, G. (1995) La Comunicación en la Organizaciones, Estados Unidos, Adisson-Wesley Iberoamericana, p. 13.

OCAMPO, M. (s/f). Comunicación empresarial, plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones.

PRIETO, D. (1993). La planificación de la comunicación institucional, San Salvador. p. 6
Comunicación organizacional

Trelles, I. (2001), Comunicación en Organizaciones, Editorial: La Habana, Cuba.

SCHVARTEIN, L. (2007) Diseño de organizaciones tensiones y paradojas, p. 330

TACARONTE, A. (2009) Comunicación Organizacional, España pp. 8

Diccionario “Real Academia de la lengua Española”. 23.ª. Edición.

Linkografía

<http://www.monografias.com/trabajos88/web-nueva-herramienta-comunicacion-empresas/web-nueva-herramienta-comunicacion-empresas.shtml#ixzz2qgaqgwVH>

PUCE, (2011) Plan de Comunicación Externa para el Posicionamiento de la Imagen Corporativa de la Fundación de Estudios Gerontológicos y Geriátricos SEVTA. Extraído el 29 de Noviembre de 2013 desde <http://ftp.puce.edu.ec/bitstream/22000/3894/1/T-PUCE-3325.pdf>

UAH, (2012). *Plan Estratégico de Comunicación*. Extraído el 29 de Noviembre de 2013 desde [http://www.uah.es/universidad/organizacion_universidad/vicerrectorados/Plan Comunicacion ExternaVCC.pdf](http://www.uah.es/universidad/organizacion_universidad/vicerrectorados/Plan%20Comunicacion%20ExternaVCC.pdf)

OFERTADAS POR LAS UNIVERSIDADES E INSTITUTOS SUPERIORES A NIVEL NACIONAL SEGUNDO SEMESTRE 2014, extraído el 26 de mayo de 2014, desde: <http://www.sнна.gov.ec/wp-content/themes/institucion/procesodeadmission.php>

MINISTERIO COORDINADOR DE CONOCIMIENTO Y TALENTO HUMANO, Tasa Neta de matrícula en Educación Superior, extraído el 11 de julio de 2014 desde http://www.sisa.gob.ec/admin/index.php?op=general&w_ind_id=51

Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, extraído el 11 de julio de 2014, desde <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Ley Orgánica de Educación Superior, extraído el 11 de julio de 2014, desde <http://educaciondecalidad.ec/leyes-sistema/ley-educacion-superior-loes.html>

CONSTITUCIÓN, extraído el 11 de julio de 2014, desde <http://educaciondecalidad.ec/constitucion-educacion.html>

REGLAMENTO LOES, extraído el 11 de julio de 2014, desde <http://educaciondecalidad.ec/leyes-sistema/nivel-basico-inicial.html>

CES, extraído el 11 de julio de 2014, desde
http://educaciondecalidad.ec/normativa/edu_sup_normativa/ces.html

CEAACES, extraído el 11 de julio de 2014, desde
http://educaciondecalidad.ec/normativa/edu_sup_normativa/ceaaces-tabla.html

SENESCYT, extraído el 11 de julio de 2014, desde
http://educaciondecalidad.ec/normativa/edu_sup_normativa/senescyt-normativa.

ANEXOS

Anexo 1

Solicitud de Autorización de la Investigación

Sucúa, septiembre 9 de 2013

Magister
Wilfrido Mirada
RECTOR DEL INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR SUCUA
Presente.-

De mi consideración:

Yo, María Clara Mueses Pinduisaca, con cédula de ciudadanía N° 1500580491, en calidad de egresada de la Maestría e Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Particular de Loja, ante usted respetuosamente expongo:

Que, de conformidad con las disposiciones generales "para optar por el título de postgrado, el postulante debe aprobar todos los módulos del programa, realizar, aprobar y sustentar el trabajo de la investigación", solicito se me otorgue una autorización para realizar investigación en la línea Plan de Comunicación Integral en la Empresa, como parte del Proyecto de Tesis titulado Elaboración del Plan Estratégico de Comunicación Externa para el Instituto Técnico Superior Sucúa (ITSS), año 2013; por el período comprendido entre el septiembre de 2013 hasta marzo del 2014, para lo cual cumplo con adjuntar toda la documentación exigida para este efecto.

Por lo expuesto, agradeceré a usted acceder a lo solicitado.

Atentamente,


Ing. María Mueses
SOLICITANTE

Recibido
09/09/2013
14-30



Anexo 2

Autorización de la Investigación por el ITSS



INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR SUCÚA

Sucúa –Morona Santiago

Telefax 2 740 – 182

U.E. 4902

RUC 1460002749001

Email: itssucua@hotmail.es

Oficio N° 045-ITSS-S

Sucúa, Septiembre 09 de 2013

Ingeniera

María Clara Mueses Pinduisaca

Egresada de Maestría de Gestión Empresarial

Universidad Técnica Particular de Loja

Ciudad.-

Mediante el presente me dirijo a usted con un cordial saludo, contestando a lo solicitado de realizar la investigación en la línea Plan de Comunicación Integral en la Empresa, como parte del proyecto de Tesis titulado Elaboración del Plan Estratégico de Comunicación Externa en este Instituto, le expongo la **AUTORIZACIÓN** de efectuar la **INVESTIGACIÓN EXTERNA**.

De usted, con sentimientos de estima y consideración.

Atentamente,

Mgs. Wilfrido Miranda
**RECTOR DEL INSTITUTO
TÉCNICO SUPERIOR SUCÚA**

WMD/ncc



RECTORADO

Anexo 3

Tabla Ser Bachiller (Estudiantes De Tercer Año De Bachillerato)

Zona	Provincia	Canton	Institución	Sostenimiento	Modalidad	Dirección confirmada	Estudiantes
6	MORONA SANTIAGO	MORONA	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL MARIA AUXILIADORA	FISCOMISIONAL	PRESENCIAL	BOLIVAR ENTRE 9 DE OCTUBRE Y DON BOSCO	24
6	MORONA SANTIAGO	MORONA	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR EMANUEL	PARTICULAR RELIGIO	PRESENCIAL	JUAN DE SALINAS Y AMAZÓNAS	19
6	MORONA SANTIAGO	MORONA	UNIDAD EDUCATIVA DON BOSCO	FISCOMISIONAL	PRESENCIAL	DON BOSCO Y DIEZ DE AGOSTO	159
6	MORONA SANTIAGO	MORONA	COLEGIO DE BACHILLERATO 27 DE FEBRERO	FISCAL	PRESENCIAL	DOCE DE FEBRERO ENTRE AGUSTIN MEDINA Y MARCELIN	23
6	MORONA SANTIAGO	MORONA	UNIDAD EDUCATIVA "DR. CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ	FISCOMISIONAL	SEMIPRESENCIAL	10 DE AGOSTO DON BOSCO 0	102
6	MORONA SANTIAGO	SUCUA	RIO UPANO	FISCOMISIONAL	PRESENCIAL	8 DE DICIEMBRE ENTRE DOMINGO COMIN Y MARIA TRON	131
6	MORONA SANTIAGO	SUCUA	COLEGIO DE BACHILLERATO SUCUA	FISCAL	PRESENCIAL	EFREN ZUÑIGA Y LUIS SANGURIMA BARRIO AMAZONAS	66
6	MORONA SANTIAGO	SUCUA	UNIDAD EDUCATIVA TEMPORAL HUAMBI	FISCAL	PRESENCIAL	ADELINA MENDOZA Y MANUEL GONZALEZ	22
6	MORONA SANTIAGO	MORONA	COLEGIO TECNICO PARTICULAR A DSTANCIA SULTANA DEL ORIENTE	PARTICULAR LAICO	A DISTANCIA	24 DE MAYO Y TARQUI	163
6	MORONA SANTIAGO	MORONA	UNIDAD EDUCATIVA "DR. CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ	FISCOMISIONAL	SEMIPRESENCIAL	AVENIDA MILTON PATIÑO LEON ESPINOZA / 10 DE AGOS	83
6	MORONA SANTIAGO	MORONA	UNIDAD EDUCATIVA DEL MILENIO BOSCO WISUMA	FISCAL	PRESENCIAL	SAGRADO CORAZON, YUKIAS	42
						TOTAL	834

Institución	Estudiantes	% Aplicación	N° Encuestas
UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL MARIA AUXILIADORA	24	3%	8
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR EMANUEL	19	2%	6
UNIDAD EDUCATIVA DON BOSCO	159	19%	50
COLEGIO DE BACHILLERATO 27 DE FEBRERO	23	3%	7
UNIDAD EDUCATIVA "DR. CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ	185	22%	58
RIO UPANO	131	16%	41
COLEGIO DE BACHILLERATO SUCUA	66	8%	21
UNIDAD EDUCATIVA TEMPORAL HUAMBI	22	3%	7
COLEGIO TECNICO PARTICULAR A DSTANCIA SULTANA DEL ORIENTE	163	20%	52
UNIDAD EDUCATIVA DEL MILENIO BOSCO WISUMA	42	5%	13
	834	100%	263

Anexo 4

Encuesta

CUESTIONARIO

La presente encuesta tiene el propósito de aportar datos, para determinar el nivel de conocimiento del Instituto Técnico Superior Sucúa (ITSS) y sus servicios por parte de los bachilleres de la Provincia de Morona Santiago. Los datos recolectados aportarán para la elaboración de un plan estratégico de comunicación externa para posesionar a la institución, dentro de su mercado objetivo.

Por favor responda a cada pregunta con la mayor sinceridad:

1. ¿Cuál es su edad?

- ☐ 17 - 21
- ☐ 22- 26
- ☐ 27 o más

2. ¿Cuál es su género?

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino

3. ¿Usted conoce las carreras que ofertan las Instituciones de Educación Superior (IES)?

- ☐ Si
- ☐ No

4. ¿Si usted decidiera continuar sus estudios superiores, qué tipo de IES escogería?

- ☐ Institutos de Educación Superior
- ☐ Universidades o Escuelas Politécnicas

5. ¿En qué horario le gustaría que fueran las clases de la IES?

- ☐ 08h00-13h00
- ☐ 13h00-18h00
- ☐ 17h00-22h00

6. ¿Usted conoce los servicios que ofrece el Instituto Técnico Superior Sucúa (ITSS)?

- ☐ Si (POR FAVOR PASE A LA PREGUNTA 9)
- ☐ No (CONTINUE A LA SIGUIENTE PREGUNTA)

7. ¿Le interesaría conocer las carreras que oferta el ITSS?

- ☐ Si (CONTINUE A LA SIGUIENTE PREGUNTA)
- ☐ No (POR FAVOR PASE A LA PREGUNTA 9)

8. ¿Sobre qué servicios le gustaría que le proporcionen información el ITSS?

- ☐ Cursos de Nivelación
- ☐ Programación de Sistemas

9. Por qué medio le gustaría enterarse de los servicios que brinda el ITSS

- ☐ Internet
- ☐ Televisión
- ☐ Radio
- ☐ Prensa
- ☐ Otro Especifique _____

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 5
Proforma de material promocional



Artículos promocionales al por Mayor y Menor

Ibarra, 24 de Junio de 2014

INVERSIÓN

PROF. N°. 000612

Atención:
Ing. María Mueses
Ced. 1500580491

Teléfono: 0999639336
Dirección:
E-mail: miclared@yahoo.es

A continuación le cotizamos de acuerdo a su requerimiento:

CANT.	DESCRIPCIÓN	COSTO	TOTAL
	MATERIAL PROMOCIONAL BOLIGRAFOS BIC		
250	Bolígrafos Linea BIC Clic Stic, impresión logotipo 1 color 	0,56	140,00
1000	Bolígrafos Linea BIC Clic Stic, impresión logotipo 1 color	0,52	520,00
250	Bolígrafos Linea BIC Ecológico Round Stic, material plástico reciclable, impresión logotipo 1 color  Muestra: BIC® Ecolutions™ Round Stic™	0,63	157,50
250	Bolígrafos Ecológico Clic Stic, material plástico reciclable, impresión logotipo 1 color  Muestra: BIC® Ecolutions™ Clic Stic™	0,71	177,50
250	Bolígrafos Round Stic, material plástico reciclable, impresión logotipo 1 color.  Muestra:	0,48	120,00
1000	Bolígrafos Round Stic, material plástico reciclable, impresión logotipo 1 color.	0,42	420,00
1000	Llavero Acrílico Ovalado, transparente 1 lado y otro lado de color: verde, gris, rojo, azul, negro. Con Publicidad 	0,95	950,00



Dirección:
Av. Teodoro Gómez De La Torre
y Bolívar.
Telf: (06) 5000 809
Cel: 0984526136 / 0993583032
E-mail: bejt_86@yahoo.es





Artículos promocionales al por Mayor y Menor

CANT.	DESCRIPCIÓN	COSTO	TOTAL
1000	Llaveros Acrílicos Rectangulares, con publicidad impresa full color 2 lados 	0,75	750,00
	HOJAS VOLANTES TAMAÑO A5 (14,85cm X 21cm)		
500	Hojas Volantes Tamaño A5, impresión full color 2 lados, material couche de 150 gr.	0,26	130,00
1000	Hojas Volantes Tamaño A5, impresión full color 2 lados, material couche de 150 gr.	0,14	140,00
2000	Hojas Volantes Tamaño A5, impresión full color 2 lados, material couche de 150 gr.	0,0875	175,00
	HOJAS VOLANTES TAMAÑO A6 (14,85cm X 10,5cm)		
1000	Hojas Volantes Tamaño A6, impresión full color 2 lados, material couche de 150 gr.	0,26	130,00
2000	Hojas Volantes Tamaño A6, impresión full color 2 lados, material couche de 150 gr.	0,14	140,00
4000	Hojas Volantes Tamaño A6, impresión full color 2 lados, material couche de 150 gr.	0,0875	175,00
1000	BOLSOS (ECO NOTEX BIODEGRADABLE) Bolso Feria Casual Bag, tamaño 43 x 33cm con agarraderas cortas, impresión UN color 1 lado.. 	0,95	950,00
	Muestras:		
	MATERIAL PUBLICITARIO VINIL Y MICROPERFORADO		
1	Banner con estructura metálica Roll Up tamaño 2metros por 0,80 cm	95,00	95,00
	Material Adhesivo Vinil para ventana impresión full color. Metro cuadrado	16.00	
	Material Adhesivo Microperforado para ventana impresión full color. Metro cuadrado	23.52	

PRECIOS (INCLUYEN IVA)



Dirección:
Av. Teodoro Gómez De La Torre
y Bolívar.
Telf: (06) 5000 809
Cel: 0984526136 / 0993583032
E-mail: bejt_86@yahoo.es





es... incentivo

Artículos promocionales al por Mayor y Menor

Fecha de entrega: Dependiendo del trabajo, tiempo estimado 5 a 8 días laborables, una vez confirmado artes.

Forma de Pago: 60% Abono y 40% contra entrega

Validez de Oferta: 10 días

En espera de sus gratas órdenes nos suscribimos de Ud. (s).

Atentamente.

Ing. Bladimir Jaramillo Tobar,
GERENTE COMERCIAL
COMERCIAL TIVO ES... INCENTIVO
ARTICULOS PROMOCIONALES



Dirección:
Av. Teodoro Gómez De La Torre
y Bolívar.
Telf: (06) 5000 809
Cel: 0984526136 / 0993583032
E-mail: bejt_86@yahoo.es



Anexo 6

Institutos y Universidades autorizadas en Morona Santiago

SEÑOR ASPIRANTE INFORMESE DE LAS CARRERAS PARA REPOSTULACION OFERTADAS POR LAS UNIVERSIDADES E INSTITUTOS SUPERIORES A NIVEL NACIONAL
SEGUNDO SEMESTRE 2014

Selección De Parámetros De Búsqueda

Provincia: MORONA SANTIAGO

Cantón: LIMON INDANZA

IES	Carrera	Categoría	Financiamiento	Provincia	Ciudad	Campus	Ciclo	Modalidad	Jornada	
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR LIMON	ANÁLISIS DE SISTEMAS	B	PÚBLICA	MORONA SANTIAGO	LIMON INDANZA	LIMON INDANZA	SEMESTRAL	PRESENCIAL	NOCTURNA	

www.snaa.gob.ec/IntegracionWeb/faces/oaXProvincia.xhtml

SEÑOR ASPIRANTE INFORMESE DE LAS CARRERAS PARA REPOSTULACION OFERTADAS POR LAS UNIVERSIDADES E INSTITUTOS SUPERIORES A NIVEL NACIONAL
SEGUNDO SEMESTRE 2014

Selección De Parámetros De Búsqueda

Provincia: MORONA SANTIAGO

Cantón: SUCUA

IES	Carrera	Categoría	Financiamiento	Provincia	Ciudad	Campus	Ciclo	Modalidad	Jornada	
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR SUCUA	PROGRAMACION DE SISTEMAS	B	PÚBLICA	MORONA SANTIAGO	SUCUA	SUCUA	SEMESTRAL	PRESENCIAL	NOCTURNA	

← → ↻ www.snnn.gob.ec/IntegracionWeb/faces/oaXProvincia.xhtml ☆ ☰

**SEÑOR ASPIRANTE INFORMESE DE LAS CARRERAS PARA REPOSTULACION OFERTADAS POR LAS UNIVERSIDADES E INSTITUTOS SUPERIORES A NIVEL NACIONAL
SEGUNDO SEMESTRE 2014**

Selección De Parámetros De Búsqueda

Provincia:

Cantón:

IES	Carrera	Categoría	Financiamiento	Provincia	Ciudad	Campus	Ciclo	Modalidad	Jornada	
UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUENCA	INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA	D	COFINANCIADA	MORONA SANTIAGO	MACAS	MACAS	SEMESTRAL	PRESENCIAL	NOCTURNA	
UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUENCA	INGENIERIA EMPRESARIAL	D	COFINANCIADA	MORONA SANTIAGO	MACAS	MACAS	SEMESTRAL	PRESENCIAL	NOCTURNA	

Anexo 7

Tramitación para el dominio de la Página Web

Sucúa, mayo 20 de 2014

Magister
Wilfrido Miranda
RECTOR DEL ITSS
Presente.-

De mi consideración:

Como es de su conocimiento, actualmente me encuentro desarrollando la Tesis ***“Elaboración del Plan Estratégico de Comunicación Externa para el Instituto Técnico Superior Sucúa (ITSS), año 2014”***, de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de tercer año de bachillerato, se evidencia el requerimiento de la información institucional por medio de una página web de la institución, y como compromiso adquirido con su autoridad, solicito para el trámite del registro del dominio de la página, los siguientes documentos que serán enviados a info@nic.ec para el respectivo trámite :

Oficio dirigido a los señores NIC ECUADOR
Copia de su cedula y papeleta de votación
Nombramiento del cargo de Rector
Contrato de servicios del Rector
Registro Unico de Contribuyentes RUC
Acuerdo ministerial o resolución de creación del ITSS
Llenar el formulario de registro de dominio (adjunto)

En espera de una respuesta favorable, me suscribo de usted

Atentamente,

Ing. María Mueses
EGRESADA DE LA MAESTRIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL



INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR SUCÚA

Sucúa - Morona Santiago
Telefax 2 740 - 182
RUC: 1460027490001
Email: r.sucua@institutos.gob.ec

Oficio N° 030 ITSS - S

Sucúa, 21 de mayo de 2014

Señores
NIC ECUADOR
Guayaquil.-

De mi consideración:

El Instituto Técnico Superior Sucúa, institución de educación superior pública, con la finalidad de impulsar la oferta educativa y demás actividades de la institución, ha considerado necesario el registro de la página web institucional, me permito solicitar el registro del dominio **itssucua.edu.ec**, el mismo que será administrado por el usuario ralexvss con número de RUC. 0301453254001 que se encuentra registrado en la base de datos que ustedes disponen, adicionalmente para los trámites pertinentes me permito adjuntar la documentación respectiva.

Por la gentil atención que sabrá dar a la presente anticipo mis sinceros y reconocidos agradecimientos.

Atentamente,

Mgs. Wilfrido Ramiro Miranda Delgado
RECTOR DEL INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR SUCÚA



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO
LUGAR DE NACIMIENTO
MORONA SANTIAGO
SUCUA
SUCUA
FECHA DE NACIMIENTO 1981-10-30
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO M
ESTADO CIVIL SOLTERO

Nº 140062044-7





INSTRUCCIÓN SUPERIOR
MAGS/GEREN/UDER/EDU V3343V4242

PROFESIÓN / OCUPACIÓN
MIRANDA GARZON FAUSTO RAMIRO

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
MIRANDA GARZON FAUSTO RAMIRO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
DELGADO URSULEZ CARMELINA DE LOS ANGELES

LUGAR Y FECHA DE EMISIÓN
MORONA
2013-01-25

FECHA DE EXPIRACIÓN
2023-01-25






REPÚBLICA DEL ECUADOR
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL CNE

CERTIFICADO DE VOTACIÓN
ELECCIONES SECCIONALES 23-FEB-2014

011
011 - 0034
NÚMERO DE CERTIFICADO
MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO

1400620447
CÉDULA

MORONA SANTIAGO
PROVINCIA
SUCUA
CANTÓN

CIRCUNSCRIPCIÓN
SUCUA
ZONA

2
1
ZONA



1 PRESIDENTE DE LA JUNTA

 SECRETARIA DE EDUCACION SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGIA		ACCION DE PERSONAL N° 508 Fecha: 01/09/2013	
DECRETO ☐ ACUERDO ☐ RESOLUCION ☐			
NO. _____ FECHA: _____			
MIRANDA DELGADO APELLIDOS		WILFRIDO RAMIRO NOMBRES	
No. de Cédula de Ciudadanía 1400620447	No. de Afiliación IESS	Rige a partir de: 01/09/2013	
EXPLICACIÓN: DE CONFORMIDAD A LO QUE ESTABLECE EL ART. 31 DE LA LEY ORGÁNICA DE SERVICIO PÚBLICO Y ART. 51 DEL REGLAMENTO A LA LEY IBIDEM; Y CONFORME ACCION DE PERSONAL No. 156 QUE RIGE DESDE EL 01 DE SEPTIEMBRE DE 2013; Y, EN USO DE LAS ATRIBUCIONES QUE LE CONFIERE EL ACUERDO No. 2013-003 DEL 22 DE ENERO DE 2013, POR DELEGACION, ACUERDA ACEPTAR EN COMISIÓN DE SERVICIOS SIN REMUNERACION AL SR. WILFRIDO RAMIRO MIRANDA DELGADO DESDE EL MINISTERIO DE EDUCACION COORDINACION ZONAL 6 INSTITUTO TECNICO SUPERIOR SUCUA (BACHILLERATO) PARA OCUPAR EL CARGO DE RECTOR DEL INSTITUTO TECNICO SUPERIOR SUCUA, EN LA SUBSECRETARIA DE FORMACIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA, ARTES, MÚSICA Y PEDAGOGÍA. LA COMISION DE SERVICIOS SIN REMUNERACION RIGE A PARTIR DEL 01 DE SEPTIEMBRE DE 2013 POR EL PERIODO DE 1 AÑO, O CUANDO LA INSTITUCIÓN DEFINA PRESCINDIR DE LOS SERVICIOS DE DICHA PERSONA.			
INGRESO ☐ ASCENSO ☐ UBICACIÓN ☐ TRASLADO ☐ VACACIONES ☐	SUBROGACION ☐ ENCARGO ADMINISTRATIVO ☐ COMISION DE SERVICIOS ☒ X REVALORACION ☐ RECLASIFICACION ☐	RENUNCIA ☐ SUPRESION DE PUESTO ☐ DESTITUCION ☐ JUBILACION ☐ OTRO ☐	
SITUACION ACTUAL PROCESO: SUBPROCESO: INSTITUTO TECNICO SUPERIOR SUCUA PUESTO: DOCENTE CATEGORIA G LUGAR DE TRABAJO: SUCUA - MORONA SANTIAGO REMUNERACION MENSUAL: USD \$ 817.00 PARTIDA PRESUPUESTARIA: 34		SITUACION PROPUESTA PROCESO: SUBSECRETARIA GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR SUBPROCESO: SUBSECRETARIA DE FORMACIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA, ARTES, MÚSICA Y PEDAGOGÍA PUESTO: RECTOR /NIVEL JERARQUICO SUPERIOR GRADO 2 LUGAR DE TRABAJO: SUCUA - MORONA SANTIAGO REMUNERACION MENSUAL: USD \$2546.00 PARTIDA PRESUPUESTARIA: 20131599999000001000000011915105101701001000 00000- 4270	
ACTA FINAL DEL CONCURSO No. _____ Fecha _____		PROCESO DE RECURSOS HUMANOS f.  Stalin Parra Director de Talento Humano	
DIOS, PATRIA Y LIBERTAD f.  Cristian Coronel Coordinador General Administrativo Financiero			
REGISTRO RECURSOS HUMANOS No. 508 Fecha 02 SEP 2013		REGISTRO Y CONTROL f.  Wendy Novillo	

**CONTRATO DE SERVICIOS OCASIONALES CELEBRADO ENTRE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR,
CIENCIA Y TECNOLOGÍA Y
MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO**

COMPARECIENTES:

En la ciudad de Quito Distrito Metropolitano, a los 02 días del mes de septiembre de 2013, comparecen por una parte, la Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, legalmente representada por el doctor Cristian Ricardo Coronel Zúñiga, Coordinador General Administrativo Financiero, en calidad de delegado del Secretario de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, de conformidad con el Acuerdo N° 2013-003 de 22 de enero de 2013, a quien en adelante se le denominará la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA; y, por otra parte, MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO, por sus propios y personales derechos, portador/a de la cédula de ciudadanía No. 140062044-7, a quien se le denominará en adelante el SERVIDOR/A, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar el contrato de servicios ocasionales, al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTES.-

1. El artículo 351 de la **Constitución de la República**, establece que: *"El sistema de educación superior estará articulado al sistema nacional de educación y al Plan Nacional de Desarrollo; la ley establecerá los mecanismos de coordinación del sistema de educación superior con la Función Ejecutiva. Este sistema se regirá por los principios de autonomía responsable, cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad, autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento, en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global."*
2. El Art. 352 de la **Constitución de la República del Ecuador** determina que el Sistema de Educación Superior estará integrado por universidades y escuelas politécnicas; institutos superiores técnicos, tecnológicos y pedagógicos; y conservatorios de música y artes, debidamente acreditados y evaluados. Estas instituciones, sean públicas o particulares, no tendrán fines de lucro.
3. La **Ley Orgánica de Educación Superior**, publicada en el Suplemento del Registro Oficial N° 298 de 12 de octubre del 2010, establece en su artículo 182 que la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, es el órgano que tiene por objeto ejercer la rectoría de la política pública de educación superior y coordinar acciones entre la Función Ejecutiva y las instituciones del Sistema de Educación Superior.
4. El artículo 14, literal de La **Ley Orgánica de Educación Superior** establece que son instituciones del Sistema de Educación Superior los *"Los institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, tanto públicos como particulares, debidamente evaluados y acreditados, [...]"*.
5. El artículo 65 de la **Ley Orgánica de Educación Superior** establece que el gobierno de los institutos superiores técnicos y tecnológicos, pedagógicos, de artes y conservatorios superiores, se regularán por esta Ley y la normativa que para el efecto expida el Consejo de Educación Superior. *"Las autoridades del gobierno de los institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y conservatorios superiores públicos, serán designados por la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.[...]"*
6. El artículo 58 de la **Ley Orgánica del Servicio Público**, establece que: *"La suscripción de contratos de servicios ocasionales será autorizada por la autoridad nominadora, para satisfacer necesidades institucionales, previo el informe de la unidad de administración del talento humano, siempre que exista la partida presupuestaria y disponibilidad de los recursos económicos para este fin. En caso de necesidad institucional se podrá renovar por única vez el contrato de servicios ocasionales hasta por doce meses adicionales salvo el caso de puestos comprendidos en proyectos de inversión o en la escala del nivel jerárquico superior."*
7. Mediante **Decreto Ejecutivo Nro. 934**, de fecha 10 de noviembre de 2011, el señor Presidente Constitucional de la República, economista Rafael Correa Delgado, designó a René Ramírez Gallegos como Secretario Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, mismo que fue ratificado en el cargo mediante Decreto Ejecutivo N° 2 del 27 de mayo de 2013, publicado en el Segundo Suplemento del Registro Oficial N° 5 del 31 de mayo de 2013.

8. Mediante oficio circular **Nº MRL-AGHT-EDT** de 16 de diciembre de 2011, el Viceministro del Servicio Público pone en conocimiento de las autoridades nominadoras de las instituciones del Estado que se encuentran dentro del ámbito de aplicación de la Ley Orgánica de Servicio Público, entre otras, las siguientes directrices: "1. *El plazo máximo de duración de los contratos de servicios ocasionales, será de hasta doce meses o hasta finalizar el ejercicio fiscal, pudiendo prorrogarse hasta por un máximo de veinticuatro (24) meses incluida su renovación.*
9. Mediante **Acuerdo Nº 2013-003** de 22 de enero de 2013, el Secretario Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación delega al Coordinador General Administrativo Financiero, la suscripción de contratos de servicios ocasionales, servicios profesionales y los contratos que se rigen bajo el Código del Trabajo, del personal de la SENESCYT, previa autorización del Secretario Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
10. De conformidad a lo que establece el art. 31 de la Ley Orgánica de Servicio Público y art. 51 del Reglamento a la Ley ibidem; y vistos acción de personal No.156, de fecha 21 de agosto de 2013, emitido por el/la Ministerio de Educación Coordinación Zonal 6 y acción de personal No. 508 de 01 de septiembre de 2013; emitida por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología y en uso de las atribuciones que le confiere el Acuerdo No. 2013-003 de 22 de enero de 2013, por delegación de la máxima autoridad la Coordinación General Administrativa Financiera autoriza la comisión de servicios sin remuneración al Sr./Sra. MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO, desde el/la Ministerio de Educación Coordinación Zonal 6, la comisión de servicios sin remuneración tiene vigencia a partir del 01 de septiembre de 2013 hasta el 31 de agosto de 2014, debiendo reintegrarse a sus funciones en el/la Ministerio de Educación Coordinación Zonal 6 el 01 de septiembre de 2014.
11. Mediante memorando No. SENESCYT-SFTT-2013-0384-MI de 30 de agosto de 2013, el(la) Subsecretario de Formación Técnica, Tecnológica, Artes, Música y Pedagogía solicita a la Coordinación General Administrativa Financiera la contratación bajo la modalidad de servicios ocasionales de MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO, para el(la) Subsecretaría de Formación Técnica, Tecnológica, Artes, Música y Pedagogía, en calidad de Rector, del INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR SUCUA bajo el grupo ocupacional Nivel Jerárquico Superior, **Grado 2**.
12. Mediante memorando No. SENESCYT-CGAF-2013-0800-MI de 02 de septiembre de 2013, la Coordinación General Administrativa Financiera, solicita a la Dirección Financiera emitir la disponibilidad presupuestaria para la contratación bajo la modalidad de servicios ocasionales, de MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO bajo la modalidad de servicios ocasionales, para el(la) Subsecretaría de Formación Técnica, Tecnológica, Artes, Música y Pedagogía, en calidad de Rector, bajo el grupo ocupacional Nivel Jerárquico Superior, **Grado 2**, con una remuneración mensual unificada de USD \$ 2546,00, con un plazo de duración del 02 de septiembre del 2013 al 31 de diciembre del 2013.
13. Con certificación presupuestaria No. SEN-DAF-2013-09-239 de 02 de septiembre de 2013, la Dirección Financiera certifica la disponibilidad de fondos para la contratación bajo la modalidad de servicios ocasionales de MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO, en calidad de Rector, bajo el grupo ocupacional Nivel Jerárquico Superior, **Grado 2**, desde el 02 de septiembre del 2013 hasta el 31 de diciembre del 2013.
14. Mediante sumilla inserta en memorando No. SENESCYT-CGAF-2013-0807-MI de 02 de septiembre de 2013, el Sr. Secretario de la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**, autoriza la contratación de MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO, bajo la modalidad de servicios ocasionales para el(la) Subsecretaría de Formación Técnica, Tecnológica, Artes, Música y Pedagogía, en calidad de Rector, bajo el grupo ocupacional Nivel Jerárquico Superior, **Grado 2**, desde el 02 de septiembre del 2013 hasta el 31 de diciembre del 2013, previa la solicitud realizada por la Coordinación General Administrativa Financiera.
15. Con Informe Técnico No. DTH-009-No.2013-869 de 02 de septiembre de 2013, elaborado por el(la) ASISTENTE/ANALISTA de Talento Humano Wendy Novillo L. y aprobado por el Director de Talento Humano, se emite **INFORME TÉCNICO FAVORABLE** para la contratación de MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO, bajo la modalidad de servicios ocasionales, para el(la) Subsecretaría de Formación Técnica, Tecnológica, Artes, Música y Pedagogía, en calidad de Rector, bajo el grupo ocupacional Nivel Jerárquico Superior, **Grado 2**, con una remuneración mensual unificada de USD \$ 2546,00, con un plazo de duración del 02 de septiembre del 2013 al 31 de diciembre del 2013.

SEGUNDA: OBJETO.-

Sobre la base de los antecedentes expuestos, la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA** contrata bajo la modalidad de servicios ocasionales a MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO, para que preste sus servicios lícitos y personales en

el(la) Subsecretaría de Formación Técnica, Tecnológica, Artes, Música y Pedagogía, en calidad de Rector, bajo el grupo ocupacional **Nivel Jerárquico Superior, Grado 2**, conforme la Escala de Remuneraciones Mensuales Unificadas fijada por el Ministerio de Relaciones Laborales, quien cumplirá las actividades correspondientes asignadas al puesto, debiendo sujetarse además, a los horarios que establezca la Institución.

TERCERA: OBLIGACIONES DEL SERVIDOR/A.-

De conformidad al Informe Técnico No. DTH-009-No.2013-869 "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS OCASIONALES", de 02 de septiembre de 2013, el(la) **SERVIDOR/A** acepta y se compromete a cumplir con la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**, las siguientes actividades establecidas en el descriptivo de cargo aprobado por el Ministerio de Relaciones Laborales, mediante oficio N° 1682-MRL-FI-2013-EDT, y que son las siguientes:

- ✓ Representa a la Institución en las atribuciones que le fueran expresamente delegadas.
- ✓ Orienta la ejecución de planes, programas y proyectos institucionales.
- ✓ Coordina el cumplimiento de las funciones docentes y el provisionamiento de los recursos asignados para el efecto.
- ✓ Promueve el proceso continuo de mejoramiento de la calidad de la educación en el establecimiento.
- ✓ Cumple y gestiona el cumplimiento de leyes, reglamentos y manuales atribuidos a la Educación Superior.
- ✓ Gestiona y aplica las disposiciones que se expidan por parte del Estado, atinentes a la prestación de la Educación Superior.
- ✓ Elabora y presenta informes inherentes a su gestión.
- ✓ Las demás actividades que le fueren asignadas en relación al objeto de su contratación por parte del Inmediato Superior y demás autoridades de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología.

En función de la planificación operativa de la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**, las actividades desempeñadas, los productos presentados y el cumplimiento de este contrato por parte del **SERVIDOR/A**, serán de supervisión directa de su jefe inmediato.

CUARTA: REMUNERACIÓN Y FORMA DE PAGO.-

La **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA** pagará al **SERVIDOR/A** de acuerdo con las disposiciones legales vigentes, la cantidad de **DOS MIL QUINIENTOS CUARENTA Y SEIS CON 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD \$ 2546,00)** conforme la escala de Remuneraciones Mensuales Unificadas vigente emitida por el Ministerio de Relaciones Laborales más los beneficios contemplados en la Ley Orgánica del Servicio Público su Reglamento General, regulaciones emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales y normas conexas.

El pago de la remuneración se efectuará de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 147 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Servicio Público.

QUINTA: HORARIO DE TRABAJO.-

En aplicación de lo que determina el literal a) del artículo 25 de la Ley Orgánica del Servicio Público, el **SERVIDOR/A** cumplirá en la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**, el horario de trabajo y almuerzo establecido por la institución, debiendo sujetarse además a cualquier cambio de horario que se llegare a establecer.

SEXTA: INGRESOS COMPLEMENTARIOS.-

Si por necesidad de servicios institucionales debidamente justificada se requiera que el **SERVIDOR/A** labore en horas posteriores a la jornada de trabajo o en días de descanso obligatorio, la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**, reconocerá horas suplementarias o extraordinarias de acuerdo con lo que dispone la Ley Orgánica del Servicio Público, su Reglamento y las regulaciones emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales. Igualmente, en el evento que el **SERVIDOR/A** deba desarrollar actividades derivadas de la Cláusula Tercera y fuera del domicilio habitual de trabajo, se le reconocerá viáticos, movilizaciones y subsistencias que corresponda. Cabe señalar que para la ejecución de los ingresos complementarios definidos en el presente articulado se podrán ejecutar sólo si la institución cuenta con certificación presupuestaria para el efecto, conforme lo establece el código orgánico de finanzas públicas en el artículo 115.

El **SERVIDOR/A**, al aceptar las condiciones del contrato como es el lugar del trabajo, no podrá reclamar el viático por gastos de residencia conforme lo establece el artículo 124 de la Ley Orgánica del Servicio Público.



SÉPTIMA: DE LOS INCREMENTOS A LA REMUNERACIÓN MENSUAL UNIFICADA.-

El incremento de las remuneraciones así como de los aumentos generales de estas, por leyes, decretos, acuerdos o resoluciones serán incrementados automáticamente a la remuneración mensual del **SERVIDOR/A**.

OCTAVA: SUJECCIÓN.-

La contratación bajo la modalidad de servicios ocasionales se sujeta a lo dispuesto en el artículo 58 de la Ley Orgánica del Servicio Público y al artículo 143 de su Reglamento General.

NOVENA: EXCEPCIONES.-

El **SERVIDOR/A** no ingresará a la carrera del servicio público mientras dure su contrato de servicios ocasionales, modalidad de contratación que no le otorga estabilidad ni permanencia en la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**, de conformidad con lo establecido en el artículo 58 de la Ley Orgánica del Servicio Público.

Por las características de la prestación de los servicios que es de duración limitada, al **SERVIDOR/A** no se le concederá licencia sin remuneración y comisión de servicios con remuneración para efectuar estudios regulares de posgrado determinadas en los artículos 28 letra b); y 30 inciso final de la Ley Orgánica del Servicio Público. Tampoco podrá prestar sus servicios en otra institución del sector público mediante comisiones de servicio con o sin remuneración conforme lo establecen los artículos 30 y 31 de la mencionada Ley.

La **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA** otorgará permiso para estudios regulares al **SERVIDOR/A** según lo determinado en el inciso cuarto del artículo 59 del Reglamento General a la Ley Orgánica del Servicio Público.

DÉCIMA: PLAZO.-

El presente contrato rige a partir del 02 de septiembre del 2013 hasta el 31 de diciembre del 2013.

DÉCIMA PRIMERA.- SUBROGACIÓN O ENCARGO

De conformidad a lo establecido en los artículos 270 y 271 del Reglamento General a la Ley Orgánica del Servicio Público, el **SERVIDOR/A** podrá subrogar o encargarse de un puesto igual o mayor jerarquía o con igual o mayor remuneración a la que se encuentre percibiendo.

DÉCIMA SEGUNDA: TERMINACIÓN DEL CONTRATO.-

Acorde a lo determinado en el artículo 58, inciso sexto de la Ley Orgánica del Servicio Público, en concordancia con el artículo 145 del Reglamento General a la Ley, el contrato por su naturaleza puede darse por terminado en cualquier momento.

El contrato de servicios ocasionales además podrá concluir por las siguientes causales, conforme lo establece el artículo 146 del Reglamento General a la Ley (LOSEP):

- a) Por cumplimiento del plazo;
- b) Por mutuo acuerdo de las partes;
- c) Por renuncia voluntaria presentada;
- d) Por incapacidad absoluta y permanente de la o el contratado para prestar servicios;
- e) Por pérdida de los derechos de ciudadanía declarada judicialmente en providencia ejecutoriada;
- f) Por terminación unilateral del contrato por parte de la autoridad nominadora, sin que fuere necesario otro requisito previo;
- g) Por obtener una calificación regular o insuficiente establecida mediante el proceso de la evaluación del desempeño;
- h) Por destitución; y,
- i) Por muerte del **SERVIDOR**.

DÉCIMA TERCERA: SEGURO SOCIAL.-

Conforme con lo que dispone la Ley de Seguro Social Obligatorio, la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA** afiliará al **SERVIDOR/A** y pagará los valores correspondientes.

DÉCIMA CUARTA: DECLARACIÓN.-

El(La) **SERVIDOR/A**, declara que no se encuentra incurso en inhabilidad ni prohibición establecida por la Ley para suscribir este contrato, declara expresamente que no presta servicios en ninguna otra institución del Estado, a ningún título y que no ha sido compensado, ni indemnizado por renuncia voluntaria o supresión de puestos en el sector público, declara además que no tiene ningún parentesco con las máximas autoridades de la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**.

DÉCIMA QUINTA: CONFIDENCIALIDAD.-

El **SERVIDOR/A** se obliga a mantener la más estricta confidencialidad relacionada a las actividades y funciones que desempeña en la prestación de sus servicios para la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**, así mismo, se obliga a no utilizar directa o indirectamente, difundir o revelar información que perjudique a la institución. El contravenir esta disposición dará lugar a la terminación de la relación laboral, previo al derecho a la defensa conforme a la ley, sin perjuicio de las acciones civiles o penales que le asiste a la **SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**, por lo que deberá mantener la confidencialidad aún después de terminada la relación laboral.

DÉCIMA SEXTA: LEGISLACIÓN VIGENTE.-

En todo lo no establecido en el presente contrato las partes estarán a lo dispuesto en la Ley Orgánica del Servicio Público, su Reglamento General y las Regulaciones del Ministerio de Relaciones Laborales y leyes conexas.

DÉCIMA SÉPTIMA: DOCUMENTOS HABILITANTES.-

Forman parte del presente contrato, los siguientes documentos habilitantes:

1. Los que acreditan la calidad de los comparecientes; y,
2. Los que constan en los antecedentes del presente contrato.

DÉCIMA OCTAVA: JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

Si se suscitaren controversias derivadas de la aplicación de las cláusulas y términos estipulados en este contrato, las partes se comprometen a solucionarlas de manera amigable, mediante el diálogo directo; caso contrario, de persistir las diferencias, el servidor renuncia a fuero de corte y acepta que estas se ventilarán ante la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Corte Provincial de Pichincha (Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo) o a la jurisdicción de los Tribunales Ordinarios.

DÉCIMA NOVENA: ACEPTACIÓN Y SUSCRIPCIÓN.-

Libre y voluntariamente, previo el cumplimiento de todos y cada uno de los requisitos exigidos por las leyes de la materia, las partes declaran expresamente su aceptación a todo lo convenido en el presente contrato, para constancia de lo cual firman en unidad de acto en la misma fecha de su celebración, en tres (3) ejemplares de igual contenido y valor jurídico.

Por delegación del Secretario
de Educación Superior, Ciencia y
Tecnología:

Dr. CRISTIAN CORONEL ZÚÑIGA
COORDINADOR GENERAL
ADMINISTRATIVO FINANCIERO

Por el servidor/a:

MIRANDA DELGADO WILFRIDO RAMIRO
C.C. 140062044-7

REGISTRO DEL CONTRATO: El presente contrato queda registrado en la Dirección de Talento Humano de la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGÍA.

f) Director de Talento Humano

lc/ct/sp





REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1460027490001
RAZON SOCIAL: INSTITUTO TECNICO SUPERIOR SUCUA
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REPRESENTANTE LEGAL: AVILA CORONEL SILVIO CAYETANO
CONTADOR: CARDENAS CARDENAS ANGEL ENRIQUE

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 16/11/2012 **FEC. CONSTITUCION:** 15/10/2012
FEC. INSCRIPCION: 16/11/2012 **FECHA DE ACTUALIZACION:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ENSEÑANZA SECUNDARIA TECNICA Y PROFESIONAL DE NIVEL INFERIOR A LA UNIVERSIDAD.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: MORONA SANTIAGO Cantón: SUCUA Paraguala: SUCUA Ciudadela: AMAZONAS Barrio: AMAZONAS Calle: EFREN ZUÑIGA Número: SIN Intersección: LUIS SANGURIMA Referencia ubicación: A UNA CUADRA DEL ESTADIO MUNICIPAL EDDY COELL Teléfono Trabajo: 072740182 Email: colecturia_sas@yahoo.es
DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1
JURISDICCION: \ REGIONAL DEL AUSTRO MORONA SANTIAGO **CERRADOS:** 0

CÓDIGO		DESCRIPCION		CÓDIGO		DESCRIPCION		CÓDIGO		DESCRIPCION	
0001	0001	0001	0001	0001	0001	0001	0001	0001	0001	0001	0001
0002	0002	0002	0002	0002	0002	0002	0002	0002	0002	0002	0002
0003	0003	0003	0003	0003	0003	0003	0003	0003	0003	0003	0003
0004	0004	0004	0004	0004	0004	0004	0004	0004	0004	0004	0004
0005	0005	0005	0005	0005	0005	0005	0005	0005	0005	0005	0005
0006	0006	0006	0006	0006	0006	0006	0006	0006	0006	0006	0006
0007	0007	0007	0007	0007	0007	0007	0007	0007	0007	0007	0007
0008	0008	0008	0008	0008	0008	0008	0008	0008	0008	0008	0008
0009	0009	0009	0009	0009	0009	0009	0009	0009	0009	0009	0009
0010	0010	0010	0010	0010	0010	0010	0010	0010	0010	0010	0010



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1460027490001
RAZON SOCIAL: INSTITUTO TECNICO SUPERIOR SUCUA
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REPRESENTANTE LEGAL: AVILA CORDONEL SILVIO CAYETANO
CONTADOR: CARDENAS CARDENAS ANGEL ENRIQUE

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 16/11/2012 **FEC. CONSTITUCION:** 15/10/2012
FEC. INSCRIPCION: 16/11/2012 **FECHA DE ACTUALIZACION:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ENSEÑANZA SECUNDARIA TECNICA Y PROFESIONAL DE NIVEL INFERIOR A LA UNIVERSIDAD.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: MORONA SANTIAGO Cantón: SUCUA Parroquia: SUCUA Ciudadela: AMAZONAS Barrio: AMAZONAS Calle: EFREN ZUNIGA Número: SIN Intersección: LUIS SANGURIMA Referencia ubicación: A UNA CUADRA DEL ESTADIO MUNICIPAL EDDY COELL Teléfono Trabajo: 072749182 Email: coedatiria_its@yahoo.es
DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1
JURISDICCION: \ REGIONAL DEL AUSTRO MORONA SANTIAGO **CERRADOS:** 0

CÓDIGO		DESCRIPCIÓN		CÓDIGO		DESCRIPCIÓN		CÓDIGO		DESCRIPCIÓN		CÓDIGO		DESCRIPCIÓN		CÓDIGO		DESCRIPCIÓN	
001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001	001
002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002	002
003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003	003
004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004	004
005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005	005
006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006	006
007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007	007
008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008	008
009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009	009
010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010	010

[Firma manuscrita]
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

[Firma manuscrita]
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: KELY1R0112 **Lugar de emisión:** MACAS/AVE. 24 DE MAYO Y **Fecha y hora:** 16/11/2012 15:56:47

MEC

REPUBLICA DEL ECUADOR

MINISTERIO
DE EDUCACION
Y CULTURA

Creación del Instituto Técnico Superior

Dependencia:

PROGRAMACION DE DESARROLLO EDUCATIVO

Asunto:

Nº 4789

EL MINISTRO DE EDUCACION Y CULTURA
CONSIDERANDO:

- QUE la señora Directora Provincial de Educación y Cultura de Morona Santiago, mediante oficio Nº 017-DPT-MG de 30 de junio de 1997, remite la documentación del colegio fiscal SUCUA, de la ciudad del mismo nombre, provincia de Morona Santiago, solicita la creación del instituto técnico superior, con el ciclo post bachillerato especializaciones CONTABILIDAD DE COSTOS Y PROGRAMACION DE SISTEMAS, a partir del año lectivo 1997-1998, en jornada nocturna;
- QUE los organismos especializados de la provincia emiten criterio favorable y la Dirección Nacional de Educación Técnica, declara que se atiende por tres promociones;
- QUE Programación de Desarrollo Educativo de la Dirección Nacional de Planeamiento de la Educación ratifica el criterio favorable; y,

En Uso de sus atribuciones,

ACUERDA:

- Art. 19 TRANSFORMAR al colegio fiscal SUCUA en instituto técnico superior, con el ciclo post bachillerato, especializaciones CONTABILIDAD DE COSTOS Y PROGRAMACION DE SISTEMAS, a partir del año lectivo 1997-1998, jornada nocturna, por tres promociones;
- Art. 22 ESTABLECER que el instituto aplique los planes de estudio contantes en el acuerdo ministerial Nº 3749 de 24 de agosto de 1990.
- Art. 32 DETERMINAR que el instituto conceda el título de TÉCNICO SUPERIOR a los alumnos que aprueben los cursos y cumplan con los requisitos de Ley.
- Art. 42 DISPONER que la Dirección Provincial de Educación de Morona Santiago asesore, controle y evalúe las actividades educativas del instituto mencionado, sobre la base de lo autorizado.

AEC



REPUBLICA DEL ECUADOR

MINISTERIO
DE EDUCACION
Y CULTURA

4789

Dependencia:
Art. 59
Asunto:

RECONOCER la bonificación **funcional** respectiva a directivos y docentes del plantel cuando el Ministerio de Finanzas y Crédito Público, acredite los fondos para el efecto, siempre y cuando cumplan con la carga horaria establecida por Decreto Ejecutivo NQ 1357 de 31 de diciembre de 1993.

Comuníquese.- En Quito, 06 OCT 1997



[Firma manuscrita]

Dr. Mario Jaramillo Paredes
MINISTRO DE EDUCACION Y CULTURA

4/
①
AAB

[Firma manuscrita]
HCP

NIC.EC

Formulario de Registro de Dominios / Domain Name Application Form

Nuevo / New (x) Modificación / Modification ()

Nombre de Dominio / Domain Name:

ltssucua.edu.ec

Empresa que manejará el dominio (Registrante) / Organization using domain name (Registrant)

Organización / Organization: Instituto Tecnico Superior Sucua
RUC o CC / I.D. #: 1460027490001
Nombre / Name: Instituto Tecnico Superior Sucua
Email: r.sucua@institutos.gob.ec
Dirección / Address: Efran Zúñiga
Ciudad / City: Sucua
Provincia / State: Morona Santiago
País / Country: Ecuador
Código Postal / Zip Code:
Teléfono / Phone: 072-740-182
Fax (opcional): 072-740-182

Contacto Administrativo / Administrative Contact

(Información para emisión de Factura / Data for Invoice)

Organización / Organization: Asoftel
RUC o CC / I.D. #: 0301453254001
Nombre / Name: Alex Vega
Email: ralexvs@gmail.com
Dirección / Address: Aucas N52-85 y Florida
Ciudad / City: Quito
Provincia / State: Pichincha
País / Country: Ecuador
Código Postal / Zip Code:
Teléfono / Phone: 07-2238128
Fax (opcional): 07-2740068

Contacto Técnico (opcional) / Technical Contact (optional)

Organización / Organization:
Nombre / Name:
Email:
Dirección / Address:
Ciudad / City:
Provincia / State:
País / Country:
Código Postal / Zip Code:
Teléfono / Phone:
Fax (opcional):

Contacto de Facturación (opcional) / Billing Contact (optional)

Organización / Organization:
Nombre / Name:
Email:
Dirección / Address:
Ciudad / City:
Provincia / State:
País / Country:
Código Postal / Zip Code:
Teléfono / Phone:
Fax (opcional):

Servidor de Dominio / Domain Name Servers (DNS)

DNS 1 : dns1.asoftel.net

DNS 2 : dns2.asoftel.net

DNS 3 (opcional) :

DNS 4 (opcional) :



Wilfredo Miranda D. Sucúa, 26 de Mayo de 2014

Firma / Signature

Nombre / Name

Día / Date

Versión Actualizada/ Versión Updated: 28-02-2011

INSTRUCCIONES / INSTRUCTIONS

Registrante / Registrant

Empresa que tiene el derecho al uso del nombre de dominio . El dominio se registra a nombre del Registrante.

Company that has the rights for using domain name. The domain name is registered to Registrant.

Contacto Administrativo / Administrative Contact

Contacto que elabora esta solicitud a nombre de y autorizado por el Registrante. Este Contacto es el autorizado a realizar modificaciones de otros contactos y de servidores DNS. En caso de facturarse el dominio, LA FACTURA SE EMITE CON LA INFORMACIÓN DEL CONTACTO ADMINISTRATIVO . En el caso de Proveedores de Internet, Diseñadores de Páginas Web, Registradores de Dominios, Estudios Jurídicos que registran en nombre del Registrante, y actúan como Contacto Administrativo, la factura se emite a nombre de estas empresas y no a nombre del Registrante.

Contact that handles this form on behalf of and authorized by the Registrant. This Contact is the authorized to do modification on other Contacts and DNS . In case that the domain name is invoiced, THE INVOICE IS ISSUED WITH THE INFORMATION OF THE ADMINISTRATIVE CONTACT. In case of Internet Service Providers, Web Designers, Domain Registrars or Legal Consultants that registers on behalf of Registrant and act as Administrative Contact, the invoice is issued to these entities and not to the Registrant.

Contacto Técnico / Technical Contact

Esto es opcional, es decir, se puede dejar en blanco. Contacto para consultas y confirmaciones de datos técnicos, como los DNS y direcciones IP. Modificaciones a información de DNS deben ser solicitadas por el Contacto Administrativo.

This is optional, it may be left empty. Contact for inquiries and confirmation of technical data, like DNS and IP addresses. Modifications to DNS data must be requested by the Administrative Contact.

Contacto de Facturación / Billing Contact

Esto es opcional, es decir, se puede dejar en blanco. Contacto que está en capacidad de responder preguntas sobre facturas y pagos. Responsable de pago es el Contacto Administrativo. La factura NO se emite al Contacto de Facturación.

This is optional, it may be left empty. Contact that is in capacity of answering billing and payment inquiries. Responsible of payment is the Administrative Contact. Invoice is NOT issued to Billing Contact.

Servidores de Dominio / Domain Name Servers (DNS)

Información técnica importante para que su dominio se active . Esta información se la suministra su proveedor de Internet o su Contacto Técnico. En caso que desee registrar el nombre de dominio sin que tenga acceso a la red de Internet, podrá dejar estos datos en blanco y en el futuro cambiarlos.

Technical information important to activate your domain. This information is provided to you by your Internet Service Provider or Technical Contact. In case you want to register a domain name without being accessed through Internet, leave these data blank and you may change it in the future.