



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA
MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA**

**USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**Tesina de Grado previo a la obtención del título
Diplomado en Comunicación Corporativa**

Autoras: Silvana Escandón Jara

Ximena Lazo Alvarez

Gabriela León Rosales

Directora: Johana Raquel Córdova Camacho.

Centro Universitario Cuenca

2010

Johana Raquel Córdova Camacho
DIRECTORA DE LA TESINA

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación realizado por las estudiantes: Silvana Escandón Jara, Ximena Lazo Alvarez y Gabriela León, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, ajustándose a las normas establecidas por la Universidad Técnica Particular de Loja; por lo que autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Loja, 30 de noviembre de 2010

f).....
DIRECTORA

AUTORÍA

Nosotras, Silvana Escandón Jara, Ximena Lazo Alvarez y Gabriela León Rosales, como autoras del presente trabajo de investigación, somos responsable de las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en la misma.

f).....

Silvana Escandón Jara

C.I.: 0102606969

f).....

Ximena Lazo Alvarez

C.I.: 010195940-1

f).....

Gabriela León Rosales

C.I.: 0703888776

CESIÓN DE DERECHOS

Nosotras, Silvana Escandón Jara, Ximena Lazo Alvarez y Gabriela León Rosales, declaramos 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”.

Loja, 31 de noviembre de 2010.

f).....

Silvana Escandón Jara.

C.I.: 0102606969

f).....

Ximena Lazo Alvarez

C.I.: 010195940-1

f).....

Gabriela León Rosales

C.I.: 0703888776

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento profundo a nuestros familiares, a la Universidad Técnica Particular de Loja, a sus docentes y a nuestra directora de tesina por contribuir en esta etapa de desarrollo profesional.

Además un agradecimiento especial a la Universidad del Azuay, por brindarnos la información necesaria para el desarrollo de este trabajo.

Silvana Escandón Jara.

Ximena Lazo Alvarez.

Gabriela León Rosales.

DEDICATORIA

A nuestras familias por ser quienes nos han brindado su apoyo constante y la motivación necesaria para alcanzar nuestra superación personal y profesional.

Silvana Escandón Jara

Ximena Lazo Alvarez

Gabriela León Rosales

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	II
AUTORÍA	III
CESIÓN DE LOS DERECHOS	IV
AGRADECIMIENTOS	V
DEDICATORIA	VI
RESUMEN	VII - VIII
INTRODUCCIÓN	IX

CAPÍTULO I

IMPORTANCIA DE LAS TIC'S COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE ECUADOR

1.1. ¿Qué son las Tic's?.....	12
1.2. Beneficios de las Tic's.....	14
1.3. TIC's como herramientas actuales de comunicación....	15
1.4. TIC's como herramientas en la educación.....	16
1.5. Implementación de las TIC's en Comunicación Corporativa.	16
1.6. Situación actual de las TIC's en el Ecuador.....	18

CAPÍTULO II

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

2.1. Estructura de la Universidad del Azuay.....	27
2.2. Misión.....	28
2.3. Visión.....	28
2.4. Historia de la Organización.....	28
2.5. ¿A quién está dirigida la comunicación en la Universidad del Azuay?.....	31
2.6. Tipos de Comunicación en la Universidad del Azuay.....	33
2.7. Departamento de Relaciones Públicas y Comunicación de la Universidad del Azuay.....	33
2.7.1. Objetivos del Departamento.....	34

CAPÍTULO III

USO DE LAS TIC'S EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

3.1. Comunicación en la Universidad del Azuay.....	35
3.2. Herramientas Web 2.0 utilizadas por la Universidad del Azuay...	36
3.3. Tipo de contenidos difundidos a través de herramientas Web 2.0..	38
3.4. Estrategias de TIC's en comunicación que han resultado exitosas para la organización.....	40
3.5. Futuras proyecciones a través de Internet como medio de comunicación.....	41

CAPÍTULO IV

PANORAMA ECUATORIANO EN EL USO DE LAS TIC'S EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

4.1. Resultados de la investigación.....	43
4.1.1. Internet como fuente general de información.....	43
4.1.2. El correo electrónico como medio de comunicación.....	45
4.1.3. Las Redes Sociales como medio de comunicación.....	46
4.1.4. Medios de comunicación.....	47
4.2. Relación de los resultados con las expectativas de trabajo.....	48
4.3. Proyecciones futuras respecto al uso de las TIC's.....	49
4.4 Conclusiones.	51
4.5 Recomendaciones.....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	53
ANEXOS.....	55

RESUMEN

Hoy en día, la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación es de trascendental importancia para el desarrollo de las organizaciones y en especial de aquellas dedicadas a la educación; razón por la cual hemos desarrollado esta tesina que contiene información sobre el uso y aplicación de las TIC's en la Universidad del Azuay, Institución que hemos escogido por ser una de las más representativas del Austro ecuatoriano.

Es fundamental tener en claro la definición sobre lo que son las Tecnologías de la Información y Comunicación TIC's, saber cuáles son sus principales aplicaciones y beneficios, su utilización como herramientas en la comunicación corporativa y en la educación; además estar al tanto de su influencia, aportes y resultados obtenidos en el Ecuador hasta el momento, por lo que a través del primer capítulo damos a conocer estos temas a profundidad.

Por otra parte, el segundo capítulo hace referencia a la Universidad del Azuay, su estructura organizacional, historia, misión, visión, manejo y tipos de comunicación utilizada, además el funcionamiento de su Departamento de Relaciones Publicas y Comunicación.

En el tercer capítulo, se realiza un estudio sobre el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la UDA; el manejo de la comunicación tanto interna como externa con sus diferentes públicos, las estrategias utilizadas y sus proyecciones en relación a la utilización de las nuevas tecnologías.

Los resultados de la investigación, su relación con las expectativas de trabajo, las proyecciones futuras de la Universidad del Azuay respecto al uso de las TIC's y las conclusiones y recomendaciones generales de la investigación, son los temas que se enfatizan en el cuarto capítulo de esta tesina.

Finalmente, cabe destacar que luego de haber realizado este estudio hemos podido evidenciar que a pesar de que la Universidad del Azuay lleva algunos años utilizando las TIC's aún no ha logrado alcanzar exitosos resultados; sin embargo el Departamento de Relaciones Publicas y Comunicación conjuntamente con la comunidad universitaria están trabajando en ello, a través del desarrollo de innovadoras estrategias y proyectos de comunicación, basados en las nuevas tecnologías.

INTRODUCCIÓN

Las herramientas tecnológicas ocupan un lugar importante en la sociedad actual, ya que su uso ayuda a disminuir la brecha digital existente, aumentando el número de usuarios que las utilizan como medio tecnológico para el desarrollo de sus actividades.

De este modo, las Tecnologías de la Comunicación y de la Información son parte del normal desarrollo de las organizaciones a nivel mundial y su correcta utilización ha dado paso a la optimización de los recursos tanto económicos como humanos.

Sin lugar a dudas las empresas e instituciones más exitosas no solo tienen una correcta gestión administrativa y financiera sino además llevan un especial control en el manejo de las comunicaciones tanto internas como externas y en la utilización de las TIC's como principales herramientas de trabajo.

A pesar de ello, en nuestro país se evidencia un atraso respecto al uso de las TIC's y en infraestructura de comunicaciones; situación que afecta al desarrollo productivo y a la creación de puestos de trabajo; debido a la falta de fuentes tecnológicas, al bajo poder adquisitivo y a la desactualización de los profesionales.

Por lo que en un ambiente tan competitivo como es el de la educación, especialmente por su exigencia en la calidad académica y formación de valores, es importante capacitar a los maestros, estudiantes y personal administrativo en el uso de las TIC's, implementar Internet en los establecimientos educativos, plantear objetivos específicos respecto a su uso para de esta forma establecer una comunidad plenamente vinculada con el mundo de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

CAPÍTULO I

IMPORTANCIA DE LAS TIC'S COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE ECUADOR

1.1. ¿Qué son las Tic's?

- Según Wikipedia, las Tic's (tecnologías de la información y la comunicación) agrupan los elementos y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, Internet y telecomunicaciones.¹
- Según la Asociación Americana de las Tecnologías de la Información (Information Technology Association of America, ITAA) las TIC's son el estudio, el diseño, el desarrollo, el fomento, el mantenimiento y la administración de la información por medio de sistemas informáticos, esto incluye todos los sistemas informáticos no solamente la computadora, este es sólo un medio más, el más versátil, pero no el único; también: los teléfonos celulares, la televisión, la radio, los periódicos digitales, etc.²
- Las TIC's son aquellas tecnologías que permiten transmitir, procesar y difundir información de manera instantánea. Son consideradas la base para reducir la brecha digital sobre la que se tiene que construir una sociedad de la información y una economía del conocimiento.³

¹http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n

² <http://csnaturales.wordpress.com/acerca-de/>

³ <http://consuelomblog.blogspot.com/2007/04/qu-son-las-tics.html>

- Respecto al desarrollo actual de las TIC's, el Secretario General de la Unión Internacional de Comunicaciones, Dr. Hamadoun I. Touré señala que su estado es la tendencia hacia la convergencia; es decir que “se está dando un cambio en el carácter de lo que antes se denominaba servicios de telecomunicaciones, se está dando una nueva forma a nuestros hábitos de consumo y al acceso a esos servicios y se está transformando las redes que facilitan su distribución. En el mundo alámbrico o inalámbrico del futuro, dispondremos de más aplicaciones móviles y seremos testigos de un crecimiento exponencial de Internet, que hoy en día se encuentra todavía en su infancia. Asimismo, habrá otros logros en cuanto a las tecnologías de reconocimiento de voz que permitirán romper todas las barreras de lenguaje y alfabetización, lo que convertirá al mundo en una verdadera sociedad del conocimiento.”⁴

En conclusión las tecnologías de la información y comunicación son aquellas herramientas que han facilitado la comunicación e interconexión inmediata entre las personas e instituciones a nivel mundial, eliminando barreras espaciales y temporales.

1.2. Beneficios de las TIC's

- Generan un crecimiento económico sustancial y ganancias en productividad laboral, proporcionando beneficios generalizados para la sociedad y la vida diaria.
- Facilitan las comunicaciones mediante el acceso a una inmensa fuente de información.
- Proceso rápido y fiable de todo tipo de información.
- Favorecen la cooperación y colaboración entre distintas personas u organizaciones.
- Gran capacidad de almacenamiento de información.

⁴ TOURE, H. (2010). Prefacio del Secretario General: <http://www.itu.int/net/about/foreword-es.aspx>

- Automatización de trabajos.
- Interactividad e instantaneidad.
- Digitalización de la información.

1.3. TIC's como herramientas actuales de comunicación.

Al hablar de las tecnologías de la información y comunicación, nos referimos a los medios e instrumentos que empleamos para hacer posible la transmisión de información en forma digital; es decir, aquellos medios digitales que nos permiten comunicarnos, así como tener acceso, crear y procesar todo tipo de información en tiempo real, ejemplos de TIC's son: los teléfonos (fijos o móviles), el fax, las computadoras, los programas de cómputo, la televisión y la Internet.

En el campo económico, la caída de las barreras del comercio, la reducción significativa en los costos de transporte de bienes y servicios, y el uso intensivo de las TIC's han facilitado el incremento de las transacciones comerciales, presionando a los países y a sus empresas a ser más competitivas en todos los sectores productivos.⁵

Hoy en día el uso de las nuevas tecnologías como herramientas de la gestión empresarial han contribuido considerablemente en la administración de las relaciones con los clientes, a través de la transmisión de información de manera ágil y oportuna, permitiéndoles a las compañías calibrar de mejor manera las necesidades de sus consumidores y así satisfacerlas de forma efectiva, alcanzando fidelidad hacia la marca.

Es por ello que la mayoría de líderes de las empresas han tomado conciencia sobre estos cambios y los factores que han influido como la innovación, la creatividad, la aplicación de nuevos esquemas organizacionales, donde lo más importante es conocer

⁵ http://www.idrc.ca/en/ev-90326-201-1-DO_TOPIC.html

a sus clientes y a sus mercados, manteniendo una relación mucho más dinámica y participativa, que contribuye sin lugar a dudas a la formación de su ventaja competitiva.

La utilización de las nuevas tecnologías, constituye una avalancha de herramientas de comunicación, cuyo principal objetivo es establecer relaciones personales y empresariales a través del intercambio ágil y eficaz de información. Sin embargo todavía existen aquellas compañías cerradas al cambio, que trabajan regidas por sus tradicionales esquemas, viéndose afectado su desarrollo y el de sus colaboradores. Lo ideal es mantener una mentalidad enfocada hacia el aprendizaje permanente y no dejar pasar por alto las oportunidades que se nos presentan.

1.4. TIC's como herramientas en la educación.

La educación forma parte de las nuevas tecnologías por lo que es esencial preparar a los futuros profesionales para la era digital en el mundo laboral al que se enfrentarán en el futuro; es así que la mayoría de las instituciones de educación superior cuentan con equipos informáticos que posibilitan el acceso a Internet de sus alumnos. De esta manera los universitarios, incluso aquellos que por problemas económicos no cuentan con computadores en sus hogares, pueden acceder al mundo de las TIC's, impulsando la educación a distancia, la colaboración entre estudiantes y profesores, eficiencia en la comunicación y la administración de procesos educativos.

1.5. Implementación de las TIC's en Comunicación Corporativa.

Son varias las opciones a las que tienen acceso las empresas, como es el caso de la web 2.0 y las redes sociales, una gran ventana abierta al mundo de los negocios, a través de la cual se puede anunciar e intercambiar información durante las 24 horas del día y sobre todo la gran ventaja de mantener una relación mucho más cercana y participativa con los clientes, ya sea a corto, mediano y largo plazo.

Para muchas empresas esta opción es su principal herramienta de trabajo, a través de la cual dan a conocer sus productos y servicios; solo basta con formar parte de una Red Social como Facebook o Twitter, para darnos cuenta de la gran cantidad de opciones a las que estamos expuestos diariamente.

El conjunto de herramientas que conforma el marketing de relaciones, ha venido ganando día a día un espacio importante entre las empresas que se preocupan por alcanzar su ventaja competitiva, razón por la cual constituye un proceso que debe desarrollarse de manera planificada, si se quiere ganar una mejor posición en el mercado.

Las TIC's son esenciales para mejorar la productividad de las empresas, la calidad, el control y facilitar la comunicación entre otros beneficios, aunque su aplicación debe llevarse a cabo de forma inteligente.

El hecho de introducir tecnología en los procesos empresariales no es garantía de gozar de estas ventajas. Para que la implantación de nueva tecnología produzca efectos positivos se debe tener un conocimiento profundo de los procesos de la empresa, planificar detalladamente las necesidades de tecnología de la información e incorporar los sistemas tecnológicos paulatinamente, empezando por los más básicos.

Por otro lado las empresas que han obtenido buenos resultados con la utilización de las TICs han sido aquellas que antes de añadir un componente tecnológico, describen detalladamente cuál será la repercusión para su empresa. Así pues, el objetivo debe ser que toda decisión relativa a la tecnología ayude a mejorar la productividad de la empresa, de la organización o de uno mismo.

Otras ventajas que se pueden mencionar son:

Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia para los empleados.

Impartir nuevos conocimientos para el uso que requieren muchas competencias (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina, etc.).

Ofrecer nuevas formas de trabajo y de inclusión laboral, como teletrabajo (trabajar desde casa).

Dar acceso al flujo de conocimientos e información para empoderar y mejorar las vidas de las personas, facilidades, exactitud, menores riesgos, menores costos, etc.

Apoyar a las PYMES y a los empresarios locales para presentar y vender sus productos a través de Internet.

1.6. Situación actual de las TIC's en el Ecuador.

En la actualidad, las organizaciones ecuatorianas se están introduciendo de manera lenta en el mundo de la información y las nuevas tecnologías, por lo que constituye un esfuerzo conjunto tanto del Gobierno como del sector privado, la implementación de infraestructura para las TIC's. El acceso a Internet es ya una realidad, sin embargo existe desconocimiento de la infinidad de opciones y ventajas que nos brinda esta herramienta.

Una vez que se conoce la tecnología, se descubre que se pueden construir negocios diferentes a los que ya existen. Estos nuevos negocios requieren fuerza de trabajo y eso implica desarrollo. Las TIC's permiten que los procesos productivos se desdoblén y así aprovechar el acceso a materias primas de una manera más eficiente.

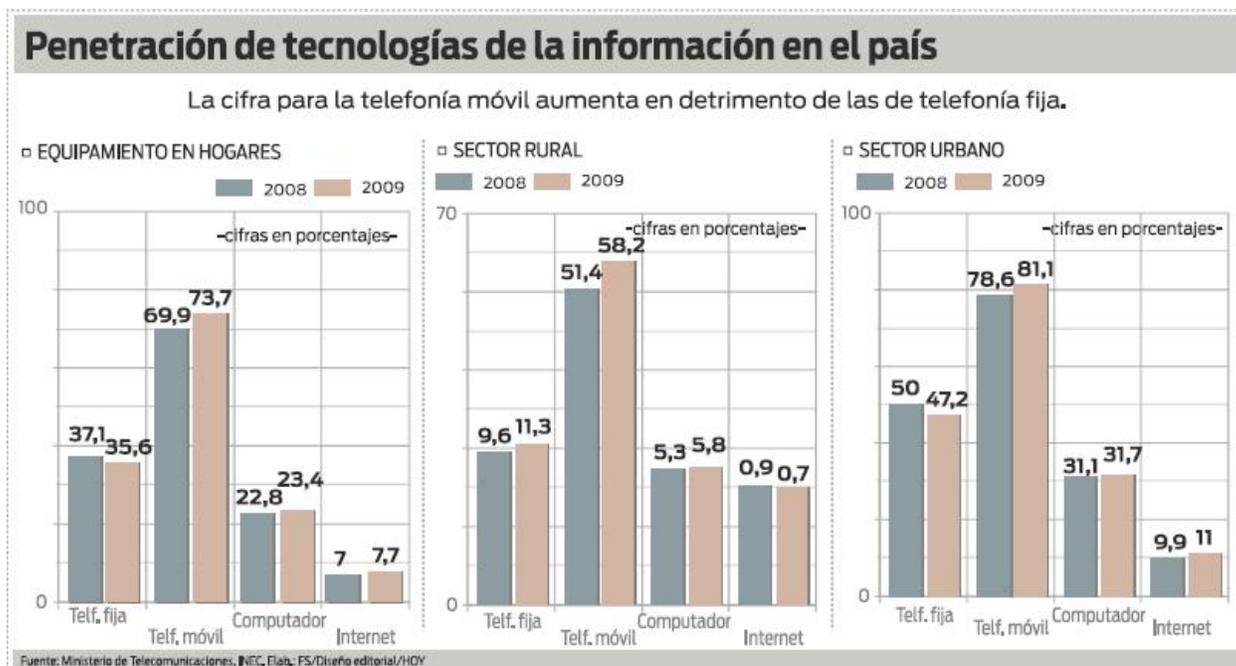
El compromiso de las organizaciones será mejorar su infraestructura y crear programas de capacitación para su personal, adaptándose a las exigencias del mundo globalizado en el que nos desenvolvemos.⁶

⁶<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/penetracion-de-las-tics-aun-no-es-suficiente-en-el-pais-371614.html>

Según un informe presentado por el INEC, Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos sobre “Tecnologías de la Información y Comunicaciones TICs en el Ecuador”, realizada en diciembre de 2009 a 21.768 hogares ecuatorianos, 12.012 viviendas urbanas y 9.756 rurales, a personas de cinco años en adelante, se pueden evidenciar los siguientes resultados:

- El 73,7% de los hogares ecuatorianos posee telefonía móvil versus al 35,6% de la telefonía fija.
- El 7,7% tiene acceso a Internet.
- El uso del celular subió en 3,8 puntos en comparación a los datos de 2008, cuando se registró un uso de 69,9%.
- La provincia con mayor uso de telefonía móvil es Pichincha con 81,3%, seguida por Guayas con 79,7%. Mientras que la provincia con menor uso es Chimborazo con 52,8%.
- El 23,4% de los hogares posee computadora.
- El 7,7% tiene acceso a Internet.
- La provincia con mayor acceso a Internet y tenencia de computadores es Pichincha con 17,5% y 41,2% respectivamente.
- Le sigue Azuay con 13,6% de acceso a Internet y 33,2% de computadoras.
- La provincia que menos acceso a Internet y tenencia de computadores tiene es Bolívar con 1,2% y 10,1% respectivamente.
- De los ecuatorianos que poseen Internet, el 50,4% accede al Internet a través de cable o banda ancha.
- El 6,3% de los hogares tienen Internet inalámbrica.
- Se destaca que entre el 2008 y el 2009 se ha incrementado el uso de Internet inalámbrica en 2,9 puntos, mientras el acceso a través de cable ha caído 1,9 puntos.
- El lugar donde más se conecta a Internet los ecuatorianos son los centros de acceso público con 34,6%, seguido por el hogar con un 28,7%.

- La Internet es utilizada mayormente para educación y aprendizaje con un 40,%, seguido de obtención de información con un 30%.⁷



Otros datos

Según datos del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), existen 13,7 millones de líneas celulares activadas en el país y 2 millones en telefonía fija. Estos datos corresponden a febrero de 2010.

La operadora de telefonía celular con mayor número de clientes es Conecel (Porta), con unos 9,5 millones de clientes; seguida de Otecel (Movistar), con 3,9 millones de usuarios; y Telecsa (Alegro), con 353 mil.⁸

⁷ http://www.inec.gov.ec/web/guest/noticias/nothome/tel_mov

⁸ http://www.conatel.gov.ec/site_conatel/index.php?option=com_simplestforum&view=forumlist&Itemid=54

Ampliando la visión descrita, el Plan Nacional de Desarrollo 2009 – 2013, dice que el uso de las TIC's deben considerarse “no solo como medio para incrementar la productividad del aparato productivo sino como instrumento para generar igualdad de oportunidades, para fomentar la participación ciudadana, para recrear la interculturalidad, para valorar nuestra diversidad, para fortalecer nuestra identidad plurinacional; en definitiva, para profundizar en el goce de los derechos establecidos en la Constitución y promover la justicia en todas sus dimensiones.”⁹

Aprovechar adecuadamente sus potencialidades y ventajas implica mucho más que su simple reconocimiento, representa procesos de implementación tecnológica, capacitación y educación que permita un real aprovechamiento competitivo, correcto uso e inserción adecuada en la sociedad de la información y el conocimiento. En el Ecuador el Plan Nacional de Desarrollo, llamado también del Buen Vivir señala lo siguiente:

“...la acción estatal en los próximos años deberá concentrarse en tres aspectos fundamentales: conectividad, **dotación de hardware** y el uso de TIC's para la **Revolución Educativa**... el énfasis del Estado en tales aspectos implicará el apareamiento de externalidades positivas relacionadas con el mejoramiento de servicios gubernamentales y la dinamización del aparato productivo. El Estado debe **asegurar que la infraestructura para conectividad y telecomunicaciones cubra todo el territorio nacional** de modo que las TIC's estén al alcance de toda la sociedad de manera equitativa. Aunque las alternativas de conectividad son varias (wireless, satélite, fibra óptica), la garantía de la tecnología más adecuada debe propiciarse desde la identificación de los requerimientos de los beneficiarios. Por ejemplo, la conectividad rural debe concebirse como una conectividad local, intracomunitaria, que responda a la manera cómo las personas se comunican en la actualidad, y adecuar las opciones tecnológicas a dicha realidad. De esta manera, el empoderamiento de la

⁹ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES. (2009). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. Quito-Ecuador: SENPLADES. Pág. 112.

población rural sobre el uso de las TIC's se observaría en el interés de los participantes para aprehender más conocimientos.”¹⁰

Algunos avances se han dado desde la política pública nacional. La agenda de conectividad, bajo la tutoría del Consejo Nacional de Telecomunicaciones y la rectoría de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, tiene contemplada la implementación y señala lo siguiente:

“El desarrollo de la infraestructura para el acceso como eje transversal junto a los Programas Nacionales de Teleducación, Telesalud, Gobierno en Línea y Comercio Electrónico, permitirá que el Ecuador se convierta en un país moderno, competitivo y equitativo, para responder a las amplias necesidades de desarrollo de su población.”¹¹

La misma agenda de conectividad, expresa de manera resumida, a través de su misión, las perspectivas que tiene el estado nacional respecto a la implementación y uso de las TIC's en los diferentes ámbitos de la dinámica estatal, productiva, social, educativa y cultural del país:

“La misión de la Agenda Nacional de Conectividad es llevar a cabo en forma organizada las políticas de Estado para mejorar el acceso al uso de las TIC's; fortalecer la democracia y el buen gobierno; la promoción de los derechos humanos; el trabajo; el desarrollo económico equitativo de la sociedad; la inserción en la economía regional e internacional en condiciones de competitividad; la administración de los asuntos relacionados con el medio ambiente y la ayuda en caso de desastres naturales; la promoción del desarrollo de la salud y de la educación; la promoción de la igualdad de

¹⁰ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES. (2009). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. Quito-Ecuador: SENPLADES. Pág. 112.

¹¹http://www.conatel.gov.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=38&Itemid=158

género; la promoción de la diversidad cultural; y la preservación de los conocimientos tradicionales y las culturas de los pueblos indígenas.”¹²

Por otra parte el Consejo Nacional de Telecomunicaciones tiene contemplado dentro de la Agenda Nacional de Conectividad, el Programa de Teleducación. El sitio web del CONATEL, dice al respecto:

“El Programa Nacional de Teleducación propone un conjunto de iniciativas y proyectos que utilizan las TIC’s para complementar y modernizar las metodologías y formas de enseñanza, en la educación formal, en la educación continua, la capacitación y el entrenamiento.”¹³

El Programa Nacional de Teleducación, le pone bastante énfasis a la implementación y uso de las TIC’s desde el sector educativo con enfoque en la formación del talento humano, en la perspectiva de transformar a la sociedad ecuatoriana:

“Es probable, que las TIC’s posibiliten dar saltos enormes en relación a la calidad, en un primer momento, a través de la capacitación continua de los maestros y para suplir la falta de material didáctico-educativo en sectores remotos y en un segundo momento, para la introducción y uso de nuevos materiales educativos de calidad, desarrollados localmente para la trasmisión de saberes desde nuestra propia perspectiva histórica y cultural. En consecuencia, será vital que el Estado fomente y promueva el desarrollo de software local, plataformas, sistemas, aplicaciones y contenidos que posibiliten a los ciudadanos y ciudadanas obtener provecho de las TIC en función de sus intereses y del contexto en el que se desenvuelven. Por otro lado, se hace prioritaria una **transformación profunda del sistema de educación superior** que posibilite la formación de profesionales y académicos para viabilizar el tránsito de una economía primario exportadora hacia una economía terciario exportadora de bioconocimiento y

¹²http://www.conatel.gov.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=38&Itemid=158

¹³ Íbidem.

servicios turísticos comunitarios. Entonces, es fundamental acumular “capital intangible” a través de la preparación del talento humano para utilizar, explotar y producir las TIC’s”.¹⁴

Ampliando la visión estratégica sobre las prioridades mundiales en materia del uso de la TIC’s, es necesario remitirnos a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información llevada a cabo en Ginebra (2003) y Túnez (2005). La CMSI en sus dos ediciones recalcó sobre diez objetivos emergentes para que el desarrollo sea posible a partir del uso de las tecnologías de información y comunicación, mismas que presentamos a continuación:

1. Utilizar las TIC’s para conectar aldeas, y crear puntos de acceso comunitario.
2. Utilizar las TIC’s para conectar a universidades, escuelas superiores, escuelas secundarias y escuelas primarias.
3. Utilizar las TIC’s para conectar centros científicos y de investigación.
4. Utilizar las TIC’s para conectar bibliotecas públicas, centros culturales, museos, oficinas de correos y archivos.
5. Utilizar las TIC’s para conectar centros sanitarios y hospitales.
6. Conectar los departamentos de gobierno locales y centrales y crear sitios web y direcciones de correo electrónico.
7. Adaptar todos los programas de estudio de la enseñanza primaria y secundaria al cumplimiento de los objetivos de la sociedad de la información, teniendo en cuenta las circunstancias de cada país.
8. Asegurar que todos los habitantes del mundo tengan acceso a servicios de televisión y radio.
9. Fomentar el desarrollo de contenidos e implantar condiciones técnicas que faciliten la presencia y la utilización de todos los idiomas del mundo en Internet.

¹⁴ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES. (2009). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. Quito-Ecuador: SENPLADES. Pág. 113.

10. Asegurar que el acceso a las TIC esté al alcance de más de la mitad de los habitantes del planeta.

A través de este listado podemos darnos cuenta de que los objetivos 2, 3 y 4 están directamente vinculados a procesos de educación e investigación; por otra parte constitución política del Ecuador, aprobada en 2008, enfoca el papel de las TIC's dedicadas sobre todo hacia la educación:

Título VII, REGIMEN DEL BUEN VIVIR Capítulo primero: Inclusión y equidad

Sección primera: Educación

“Art. 347.- Será responsabilidad del Estado:

8. Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales.”

En la misma constitución, se habla sobre el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales. De aquello vale la pena citar dos artículos específicos:

“Art. 386.- El sistema comprenderá programas, políticas, recursos, acciones, e incorporará a instituciones del Estado, universidades y escuelas politécnicas, institutos de investigación públicos y particulares, empresas públicas y privadas, organismos no gubernamentales y personas naturales o jurídicas, en tanto realizan actividades de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y aquellas ligadas a los saberes ancestrales. El Estado, a través del organismo competente, coordinará el sistema, establecerá los objetivos y políticas, de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo, con la participación de los actores que lo conforman.”

“Art. 387.- Será responsabilidad del Estado:

1. Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo.
2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al sumak kawsay.”

CAPÍTULO II

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

2.1. Estructura de la Universidad del Azuay

La Universidad del Azuay es una institución de educación superior (particular – cofinanciada), cuya sede está en la ciudad de Cuenca. Es una de las universidades más importantes del austro ecuatoriano.

En la actualidad, cuenta con las siguientes Facultades:

- Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
- Ciencias de la Administración
- Ciencia y Tecnología
- Diseño
- Teología
- Ciencias Jurídicas
- Medicina

Las mismas que están conformadas por 32 carreras; Además cuenta con el Departamento de Educación Continua, a través del cual se ejecutan programas de postgrado en diferentes áreas.

El número de profesores de la Universidad es de 316, de los cuales aproximadamente un 70% cuenta con formación de cuarto nivel, laboran 165 empleados y trabajadores, el número de estudiantes es 4462. En lo relativo a infraestructura física, la Universidad del Azuay, cuenta con dos espacios: el principal¹⁵, ubicado en el sector de Gapal, tiene

¹⁵ <http://www.uazuay.edu.ec/campus/mapa.htm>

aproximadamente 8 hectáreas con alrededor de 20.000 m² de construcción, y en él funcionan casi todas sus unidades académicas; en el espacio físico secundario -de reciente construcción- funcionan la Facultad de Medicina y su Hospital del día como parte del complejo del Hospital Universitario del Río¹⁶.

2.2. Misión.

“Formar personas comprometidas éticamente con la sociedad que, desde su preparación académica, compromiso y conocimiento de la realidad, aporten al desarrollo integral de su entorno”.

2.3. Visión.

“Ser una comunidad educativa humanista reconocida internacionalmente por su calidad académica y sus aportes al conocimiento; que promueve el desarrollo integral de la persona y de su entorno y trabaja por una sociedad justa y equitativa”.

2.4. Historia de la Organización.

La Universidad del Azuay se inició como Instituto Superior de Filosofía, en 1968. En 1969 adquirió la categoría de extensión de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. En el año 1973 pasó a formar parte de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, como sede en Cuenca. En 1975 se aprobaron los estatutos de la fundación “Arzobispo Serrano Abad”, creada con el objetivo de apoyar al mantenimiento, ayuda y adelanto de la Sede en Cuenca de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

¹⁶ <http://www.hospitaldelrio.com.ec/contenido.aspx?mid=4&sid=1>

La creciente importancia de la institución derivó en un natural proceso de autonomía, que se lo hizo de común acuerdo entre la matriz y la sede y que permitió la creación de la que hoy es la Universidad del Azuay, a través de la resolución del Congreso Nacional, en agosto del año 1990.¹⁷

Los breves datos históricos señalados muestran que la Universidad del Azuay tuvo la ventaja de iniciarse como una Universidad independiente, con una importante experiencia tanto en el campo académico como en el administrativo; por ello, desde su fundación, ha trabajado conscientemente por superarse y mejorar en los diferentes ámbitos propios de una institución de educación superior. Su Misión, Visión y Principios, relacionados con valores y con ideales humanistas, han permitido la generación de una cultura institucional, en la que es ya una constante el aprendizaje permanente.

Una muestra clara de lo afirmado es la presencia histórica de un sistema de evaluación para alcanzar cada vez mejores niveles en la gestión, la docencia, la investigación y la vinculación con la colectividad, es decir, una evaluación que oriente las decisiones y acciones de la institución tanto hacia la corrección y su correspondiente mejoramiento, como a la rendición social de cuentas.

Esto supuso el inicio de procesos que dieran cuenta de su realidad a lo largo del tiempo; y por ello, ya desde mediados de los noventa, se trabajó con expertos internacionales en temas de evaluación y calidad universitaria, y se iniciaron los procesos sistemáticos de evaluación a sus docentes¹⁸. La primera versión del Reglamento de Evaluación a los Docentes se aprobó el 31 de enero de 1995.

En el Ecuador, el concepto de mejoramiento de la calidad institucional surgió en 1995, cuando el Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas (CONUEP), dio

¹⁷ Documento Proyecto de autoevaluación institucional de la Universidad del Azuay con fines de acreditación: sección 3, Antecedentes legales e históricos, página 9:

http://uazuay.edu.ec/autoevaluacion/documentos/proyecto_autoevaluacion_2.doc

¹⁸ Revista Coloquio No.24, artículo Dr. Mario Jaramillo: <http://www.uazuay.edu.ec/~pochoa/doc/Coloquio%2024.doc>

el primer paso para organizar el Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación, como concreción o puesta en práctica de la recomendación surgida en el proyecto “Misión de la Universidad Ecuatoriana para el Siglo XXI”.

La Universidad del Azuay se integró a las acciones que se realizaban para consolidar el nuevo concepto de evaluación y calidad universitaria en las instituciones de educación superior del Ecuador, y analizó y sugirió cambios a la primera versión de la guía para la autoevaluación institucional, elaborada en el año 1997. Esta participación activa y comprometida con los objetivos nacionales repercutió en el desarrollo institucional y generó diversos proyectos internos de mejoramiento.

La Universidad participó activamente en la generación y aprobación del gran marco normativo jurídico relativo a la educación superior¹⁹, que consta en la parte pertinente de la Constitución Política del Ecuador de 1998 y que define, por primera vez en la historia nacional, la creación de un sistema autónomo de evaluación y acreditación, dirigido por una instancia institucional, el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CONEA).

Diversas reuniones de planificación han servido para el análisis integral de la calidad de sus servicios y la propuesta de líneas de acción para mejorarlas. Reuniones que contaron con la participación de los tres estamentos que conforman una institución de educación superior: profesores, administrativos y alumnos. Así, las realizadas en Huertos Uzhupud en el año 1990; en el Parador Turístico de Gualaceo, en julio de 1997 y en mayo de 2000.

La planificación estratégica propuesta a finales del 2002²⁰ se orienta ya claramente al cumplimiento de los referentes de calidad del entonces recién creado sistema de evaluación y acreditación nacional. La UDA, coherente con su quehacer histórico y responsable frente a la comunidad universitaria y a la sociedad ecuatoriana, define con

claridad su posición institucional y entra a participar decididamente en los procesos de autoevaluación, mejoramiento y acreditación.

A partir del año 2002, todos los planes operativos anuales de la Universidad del Azuay han estado dirigidos al cumplimiento de lo establecido en el sistema de evaluación y acreditación de la calidad de la educación superior en el Ecuador, y han generado acciones sistemáticas de mejoramiento en los campos que lo han requerido²¹. El estado actual del desarrollo institucional es la suma de los procesos anotados: planificación, evaluación, ejecución.

Esta manera de ser y de hacer Universidad ha permitido superar las dificultades que siempre existen en el quehacer de una institución tan compleja como lo es una de educación superior y también ha logrado, que el Proyecto de Autoevaluación y su ejecución sean producto de la participación de estudiantes, docentes, autoridades, empleados y trabajadores comprometidos con la visión de la Universidad y con sus objetivos institucionales.

La búsqueda de la calidad en la Universidad Ecuatoriana bien puede denominarse “la Tercera Reforma de la Universidad Ecuatoriana”; consciente de ello, la Universidad del Azuay asume el compromiso de ejecutar el proceso de autoevaluación con fines de mejoramiento de la calidad institucional y es la primera Universidad en el Ecuador que presenta el Proyecto y obtiene su aprobación por parte del CONEA, en noviembre de 2004, y lo ejecuta en el año 2005. Al ser la primera, proporciona al Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación la definición de procedimientos y caminos.

2.5. ¿A quién está dirigida la comunicación en la UDA?

En el caso de las instituciones educativas, como lo es la Universidad del Azuay, la comunicación corporativa se vuelve indispensable, especialmente por el aumento de actividad en todos los niveles de la comunicación en el que se involucra además a la comunidad.

El público interno lo constituyen los docentes, administrativos, y personal de servicio. El alumnado es considerado un público especial, con un tratamiento similar al del público interno, ya que su relación con la Universidad es mucho más intensa que un público externo común.

La comunicación institucional también adquiere relevancia especialmente en el manejo de imagen corporativa. La actividad de las universidades, por su naturaleza, se incrementa en lo que a organización de eventos se refiere, y este es un buen espacio para que las comunicaciones corporativas sean un aporte para la imagen institucional y el prestigio de la universidad.

Públicos como Cuerpos Colegiados, Cámaras de Producción, Organismos no gubernamentales, Gobierno local y nacional, entre otros, tienen una función importante dentro del manejo de imagen. Su opinión respecto de la institución es de relevancia, además de su colaboración y apoyo en el normal desenvolvimiento de las actividades universitarias en el nivel de proyectos y convenios interinstitucionales.

Parte de los públicos con los que la UDA mantiene comunicación son:

- Estudiantes
- Padres de familia
- Profesores
- Colegios

- Instituciones Relacionadas
- Medios de Comunicación
- Gobierno
- Sociedad
- Personal Administrativo

2.6. Tipos de Comunicación en la Universidad del Azuay.

En la Universidad del Azuay se manejan varios tipos de comunicación por los diferentes públicos a los que se dirige. En primer lugar se utiliza una comunicación interpersonal ya que es la forma más directa de que sus miembros estén en contacto. Además, se maneja una comunicación masiva a través de ciertos medios tradicionales de comunicación y de las nuevas tecnologías, llegando de manera eficaz a sus públicos reales y objetivos.

Dentro de la Universidad encontramos también, un flujo de comunicación descendente, es decir de superior a subordinado (Rector – Vicerrector- Decanos – Directores de Escuela, - Docentes- Estudiantes). Así mismo encontramos la comunicación ascendente, del subordinado a superior, cuyo mensaje contiene generalmente informes, solicitudes, trámites, entre otros.

Funciona también la Comunicación Horizontal entre las personas de igual nivel jerárquico, en especial entre las autoridades de la Universidad.

En conclusión, la comunicación educativa permite una interrelación entre los docentes, los estudiantes y la comunidad, estableciendo un ambiente favorable de acuerdo a sus costumbres, que les permiten el desarrollo de la personalidad de los individuos que participan.

2.7. Departamento de Relaciones Públicas y Comunicación de la Universidad del Azuay.

El Departamento de Relaciones Públicas y Comunicación de la Universidad del Azuay, es una de las unidades de apoyo que depende directamente del Rectorado, mismo que está conformado por una Relacionadora Pública y una Asistente de Relaciones Públicas, quienes se encargan de los cuatro niveles de comunicación: interna, externa comercial, social e institucional.

2.7.1. Objetivos del Departamento:

- ✓ Consolidación y proyección de la imagen de la organización.
- ✓ Generar opinión pública.
- ✓ Comunicación de doble vía con los sectores involucrados,
- ✓ Desarrollo de comunicación, promoción y publicidad institucional.
- ✓ Servir de apoyo al área de comercialización.
- ✓ Creación y realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la institución,
- ✓ Difusión a nivel de medios de comunicación,
- ✓ Organización de eventos.
- ✓ Ceremonial y protocolo.
- ✓ Producción de materiales de comunicación interna y externa, revistas para empleados, informes, folletería, etc.
- ✓ Prevenir conflictos, malas interpretaciones y manejo de situaciones en crisis.
- ✓ Promover la responsabilidad social institucional.

CAPÍTULO III

3.1. Comunicación en la Universidad del Azuay.

La Universidad del Azuay, a pesar de no tener una estrategia de comunicación definida, ni medios correctamente estructurados para esos fines, sus niveles de comunicación han permitido inicialmente un normal desarrollo y crecimiento, especialmente apoyados por un estilo de dirección de apertura al diálogo y al logro de acuerdos que de alguna manera facilita los flujos de comunicación tanto ascendente como descendente.

Con el pasar del tiempo, y el incremento tanto de estudiantes como de trabajadores, esta forma de comunicación se vuelve obsoleta y comienzan a presentarse problemas, especialmente en el cumplimiento de objetivos, en la integración de sus recursos humanos y en el fortalecimiento de su imagen institucional.

La imagen de la institución se ha visto beneficiada al tener personajes bien relacionados, cuya función tanto académica como administrativa ha tenido buenos resultados. Sus contactos personales han permitido la consecución de proyectos y convenios importantes para el desarrollo de las actividades de la Universidad, especialmente en el área de Investigaciones.

Es necesario poco a poco consolidar este tipo de relaciones a través de una política de comunicaciones institucionales bien detallada y específica que incluya normas para la realización de convenios, principios sobre los cuales deben basarse estas relaciones, y reglamentos que permitan mantener y mejorar estos contactos.

La Universidad del Azuay, tiene un posicionamiento muy favorable dentro de la sociedad, esto es gracias a sus personalidades que le han dado fama de seria y

despolitizada con énfasis en la realización de convenios ya sea en el área académica como también de investigación. Estas actividades deben procurar seguir esta misma finalidad a pesar del cambio de autoridades o responsables; esto se logrará con la elaboración de una Política de Comunicación Institucional que regule los objetivos y acciones en pro del prestigio de la entidad.

3.2. Herramientas Web 2.0 utilizadas por la UDA.

Según la Relacionadora Publica de la UDA, las TIC's constituyen para la Universidad un medio de aprendizaje y una herramienta para el proceso de la información, que ha generado mayor interés y motivación por parte de los estudiantes a partir de su utilización y el tiempo que las dedican como herramienta de trabajo, dándoles mayores posibilidades para desarrollar sus propias iniciativas y tomar sus decisiones.

La aplicación de las nuevas tecnologías ha permitido desde su implantación a la comunidad universitaria tener acceso a múltiples recursos educativos y entornos de aprendizaje, requiriendo de menos tiempo y con posibilidad de autoevaluarse, mejorando los procesos educativos, administrativos y de gestión.

La Universidad del Azuay desde hace algún tiempo utiliza como herramienta de comunicación el Internet a través de su página web, correo electrónico, aulas virtuales y redes sociales.

A nivel de estudiantes ha sido un recurso que ha alcanzado el éxito esperado entre sus cinco mil estudiantes ya sea por temas de comunicación, gestión administrativa, consultas académicas, pre matrículas, matrículas, evaluación docente, anulación de materias, actividades como el aula virtual, etc.

En el caso del personal administrativo este canal es un medio generalmente utilizado para gestiones de comunicación interna y es más fácil acceder al mismo ya que todos poseen un computador para su trabajo diario.

Mientras que entre el personal docente no se ha logrado atraer su atención, sin obtener los resultados esperados, ya que no revisan habitualmente sus correos electrónicos, ya sea por falta de interés, costumbre o tiempo.

En cuanto al contacto con los medios de comunicación, se ha comprobado que es mejor establecer un contacto personal y de amistad con los periodistas y reforzar relación con el envío de materiales e información de manera física y más atractiva, a través de fax, correo, llamada telefónica, etc.; debido a que la mayoría de los correos electrónicos enviados a los medios en muchos de los casos no son abiertos: casi la mitad pasan del “buzón de entrada” a borrados en un click (son tratados como si fueran spam), y de los que sí son abiertos, otro alto porcentaje termina sin comunicar.

La UDA no establece como prioridad la difusión de noticias a diferencia de otras instituciones educativas; es mucho más académica, sin embargo se espera en un futuro convertir a la página web en una especie de revista noticiosa.

A partir de marzo de 2010, la Universidad del Azuay empezó a formar parte de las redes sociales de mayor importancia como Facebook y Twitter; según Caroline Ávila, Relacionadora Pública de la Universidad del Azuay, formar parte de las redes sociales “es un tema muy voluntario que ha permitido de alguna manera encontrar un nuevo espacio de comunicación. Esa ha sido la razón principal por la cual utilizamos las nuevas redes, este es el espacio en donde encontramos a la gente y en donde nos toca movernos de acuerdo a lo que ellos están utilizando”.

Para el área de comunicación han cambiando las prioridades, anteriormente no se pensaba en formar parte de las redes sociales como Institución, porque se creía que

era un tema de moda, sin embargo en este momento no es así, por lo que el presupuesto publicitario ha incorporado la publicidad electrónica, algo que hace dos o tres años probablemente en la UDA no pasaba; considerándose cambios estratégicos en la gestión de comunicación corporativa.

A pesar de toda la tecnología utilizada la universidad, aún conserva medios tradicionales de comunicación como carteleras, afiches, prensa escrita, radio, entre otros, reforzando además los temas de mayor importancia vía mensajes de SMS, dirigidos específicamente a los estudiantes.

De acuerdo a una noticia publicada en la agenda semanal de la UDA en el mes de febrero de 2010, podemos destacar la presencia de la Universidad en la web según la última clasificación del ranking mundial, webometrics 2010. “La Universidad del Azuay mantiene su ubicación entre las tres mejores universidades del país.

La medición se hizo sobre una base de 18 mil instituciones a nivel mundial. Esta medición la realiza el Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España y considera el tamaño, la visibilidad, la riqueza y accesibilidad académica de sus archivos. “El Ranking Mundial de Universidades se correlaciona bien con la calidad de la educación impartida y el prestigio académico de la institución” manifiestan los investigadores a cargo de este ranking. En el Ecuador en las primeras posiciones están la ESPOL, la Universidad Técnica Particular de Loja y la UDA”.²²

3.3. Tipo de contenidos difundidos a través de herramientas Web 2.0.

Los usuarios de <http://www.uazuay.edu.ec/> pueden encontrar los datos más relevantes de esta Casa de Estudios, a los que se pueden acceder directamente desde la portada, como son información general, noticias relevantes, una agenda de actividades semanales con mayor énfasis en los contenidos académicos, bibliotecas

²² <http://www.uazuay.edu.ec/servicios/noticias/archivos/FEBRERO22.pdf>

virtuales; se suman además las redes sociales y otros sitios de la Web 2.0 que son parte de la actividad institucional.

Este espacio en internet redefine la estructura de su información a través de una innovadora propuesta gráfica, que ofrece a los visitantes un incremento de sus contenidos multimedia y permite una mejor difusión de la producción docente, científica, de investigación y extensión generada por parte de esta institución educativa.

Importantes redes sociales como Facebook y Twitter se integran dentro de la estrategia de generar mayores espacios de participación y retroalimentación con los postulantes, estudiantes, académicos, funcionarios y egresados, transformándolo en un sitio interactivo y conectado con las comunidades virtuales.

La actualización e implementación de nuevas tecnologías se plantea como una prioridad para la UDA, mantenerse conectados con la vanguardia digital es su principal objetivo, gracias al trabajo que realiza el Área de Comunicación y Relaciones Públicas.

La Universidad del Azuay a través de su página web y de las redes sociales difunde información dirigida hacia sus diferentes públicos de la siguiente manera:

- El 90% de los estudiantes se mantienen integrados e involucrados con la comunidad universitaria en todas las actividades académicas, ya que es una prioridad para el área de comunicación proporcionar a través de la web 2.0 constante información como seminarios, conferencias, congresos apertura de nuevas carreras de pre grado y post grado, temas relacionados con los procesos de evaluación docente, calendarios académicos, eventos sociales y deportivos, actividades de responsabilidad social y de cooperación interinstitucional.
- A los profesores, considerado uno de los grupos más difíciles siendo únicamente el 50% de los docentes quienes interactúan a través de la web; muchas veces debido a sus horarios e intereses diferentes, sin embargo lograr de ellos el compromiso con la estrategia de comunicación corporativa y los valores

institucionales permitirá mejorar su nivel académico al momento de impartir sus clases, y a su vez los involucrará con las actividades universitarias volviéndolos más participativos, por lo que de igual manera se los mantiene informados constantemente sobre las actividades académicas, reglamentos internos de la Institución, registros de notas, evaluación docente, horarios de clase, información desde el rectorado.

- El 98% del personal administrativo está en contacto permanente a través de la web 2.0, por lo que la comunicación interna de la universidad debe procurar un tratamiento especial que ayude a incrementar su autoestima y la calidad de su servicio, de igual manera sus integrantes tienen acceso a las herramientas de la web 2.0, en donde reciben información referente a sus procesos de trabajo y a las actividades académicas que la universidad realiza.
- Alrededor del 70% de los medios de comunicación se los mantiene comunicados de forma permanente sobre las actividades académicas, culturales, sociales y deportivas que realiza la UDA, pues son ellos quienes se encargan de difundir esta información a los públicos externos, dando a conocer la gestión que la institución realiza; de todas maneras para poder llegar al restante 40%, el Departamento de Comunicación emplea ciertos medios complementarios como los boletines enviados a través del fax, el teléfono fijo y la telefonía celular.

3.4. Estrategias de TIC's en comunicación que han resultado exitosas para la organización.

En el caso de la Universidad del Azuay la comunicación corporativa se vuelve indispensable, especialmente por el aumento de actividad en todos los niveles de la comunicación por lo que el uso de estrategias TIC,s contribuye en la imagen institucional y por ende en la consecución de su ventaja competitiva.

Debido al número en constante crecimiento de su público interno y a la diversidad de sus necesidades, el objeto de llegar a los públicos a los que quiere alcanzar debe ser más seguro; los medios empleados para llegar a ellos deben seleccionarse y utilizarse con más inteligencia. Los enfoques eficaces permitirán la optimización de recursos y resultados mucho más exitosos, por lo que deberá haber una mayor concentración en los públicos específicos de que está compuesto el público general de la educación superior, así como un mayor contacto personal con los individuos.

Es por ellos que sin lugar a dudas la implementación de las TIC's han contribuido al mejoramiento de la comunicación tanto interna como externa de la Universidad del Azuay; prueba de ello son los resultados alcanzados en determinados procesos académicos, como es el caso de la "Evaluación Docente on-line" que se encuentra en la página web de la universidad durante las fechas preestablecidas; lo que ha permitido mayor agilidad y cumplimiento por parte de los alumnos al momento de calificar a sus docentes, pudiéndolo realizar desde cualquier lugar; así como para la gestión administrativa que procesa y tabula en menor tiempo los resultados obtenidos. Para reforzar esta actividad se envían mensajes recordatorios vía mensajes SMS y a través de las redes sociales a toda la base de datos de estudiantes de la Universidad.

Otro ejemplo es concreto es la utilización del Facebook, ya que se ha creado una comunidad de alumnos, ex alumnos y público en general, a quienes se les mantiene informados sobre todo su quehacer académico y social, facilitando la retroalimentación inmediata, que favorece a su notoriedad y a la demanda de nuevos públicos.

3.5 Futuras proyecciones a través de Internet como medio de comunicación.

Caroline Ávila nos cuenta que a la UDA se le vienen nuevos retos en cuanto al Internet y que todas las transformaciones que se realizan hoy en el campo de la educación (incluso el uso de las TIC en el sistema de educación) están dirigidas a fortalecer las

relaciones con sus públicos, optimizando de mejor manera los procesos educativos. Además señala que las nuevas tecnologías representan un cambio de cultura en el ámbito universitario, estas no han sustituido los medios tradicionales, sino que han completado su trabajo.

En los próximos años el impacto de la tecnología en la organización que pueden generar grandes experiencias educativas, por lo que está dentro de su plan de trabajo la actualización de su imagen corporativa, principalmente a través de su página web.

Por otra parte está dentro de su proyecto la creación de un blog para reforzar lo que son campañas, específicamente de tipo social y cultural, garantizando una retroalimentación más exitosa.

Además están reforzando tanto Facebook que tiene en la actualidad alrededor de 4000 seguidores, a diferencia de Twitter con 100 seguidores por ser una red social que en nuestro medio aún se está desarrollando, sin embargo la UDA para lograr un mayor alcance entre sus públicos está trabajando en la innovación de información.

CAPÍTULO IV

PANORAMA ECUATORIANO EN EL USO DE LAS TIC'S EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.

4.1. Resultados de la investigación.

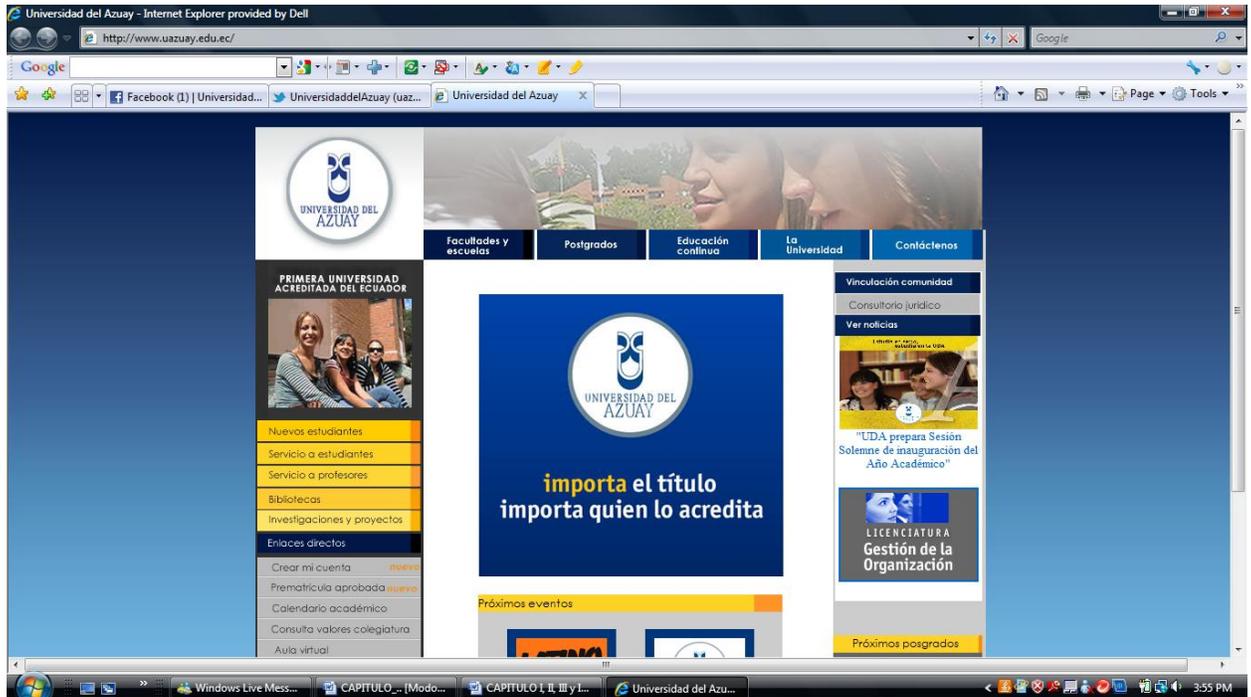
Luego de la investigación realizada hemos podido observar que el uso de las TIC's en la Universidad del Azuay se encuentra en la etapa de introducción y que aún falta mucho por parte de sus integrantes al aprender a explotar su potencial y a optimizar estas nuevas alternativas que contribuirían considerablemente en los procesos de comunicación internos y externos. Por ello el área de comunicación tiene entre sus prioridades implementar las TIC's cada vez de mayor y mejor manera entre sus miembros e incentivarlos a su continua utilización.

A continuación señalamos los puntos más sobresalientes que hemos podido evidenciar en cuanto al uso de las TIC's en la UDA:

4.1.1. Internet como fuente general de información.

- Hoy en día, la Universidad, utiliza el Internet como una herramienta de comunicación, que le permite interactuar con sus públicos tanto internos como externos de manera constante.
- La pagina web www.uazuay.edu.ec, a pesar de llevar alrededor de ocho años con el mismo diseño y estructura de contenidos, cuenta con un alto porcentaje de participación de su comunidad y de la sociedad en general, resultado evidenciado según la última clasificación del ranking mundial, webometrics 2010, en el cual la UDA mantiene el tercer lugar entre las tres mejores universidades

del país; ubicándose en primer lugar la ESPOL y en segundo lugar la UTPL.²³ Sin embargo está proyectado hacer una reestructuración de la página en un futuro cercano.



- La página web de la Institución es un medio de comunicación a través del cual sus públicos pueden mantenerse informados sobre los datos más relevantes de esta casa de estudios, a los que se pueden acceder directamente desde la portada, como son información general, noticias importantes, una agenda de actividades semanales con mayor énfasis en los contenidos académicos, bibliotecas virtuales, la nueva oferta académica de postgrado y pregrado, servicios a estudiantes, servicios a profesores, temas de investigación y proyectos, aula virtual, plan estratégico, entre otros.

²³ http://www.webometrics.info/rank_by_country_es.asp?country=ec

- La página web a nivel de estudiantes ha sido un recurso que ha alcanzado el éxito esperado entre sus cinco mil alumnos; en el caso del personal administrativo el internet es un medio generalmente utilizado para gestiones de comunicación interna, por otra parte el personal docente no hace uso constante de esta herramienta por falta de interés.
- La página web es una forma de publicitar los servicios y la oferta académica que ofrece la UDA, ya que es el medio a través del cual sus potenciales estudiantes pueden informarse sobre temas que incidirán en la decisión respecto a la carrera universitaria que deseen seguir. Dentro de las estrategias que la Universidad utiliza para su promoción esta el incluir su dirección de pagina web y correo electrónico de consultas en su material informativo como folletería, afiches, banners, presentaciones, gigantografías, etc., logrando de esta forma el posicionamiento de su página web.
- A pesar de que la UDA ha implementado las nuevas tecnologías, se continúa utilizando métodos tradicionales de comunicación, como carteleras, folletos informativos, afiches, boletines, entre otros, como un complemento ya que no todos sus públicos le dan la importancia necesaria a esta herramienta.

4.1.2. El correo electrónico como medio de comunicación.

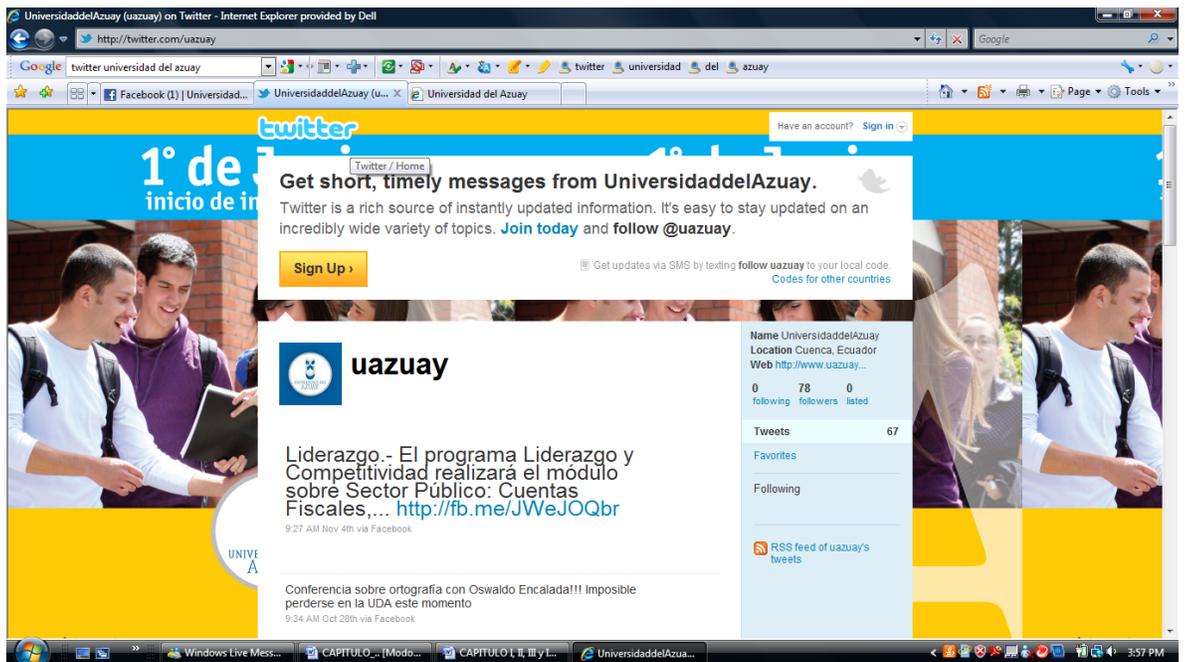
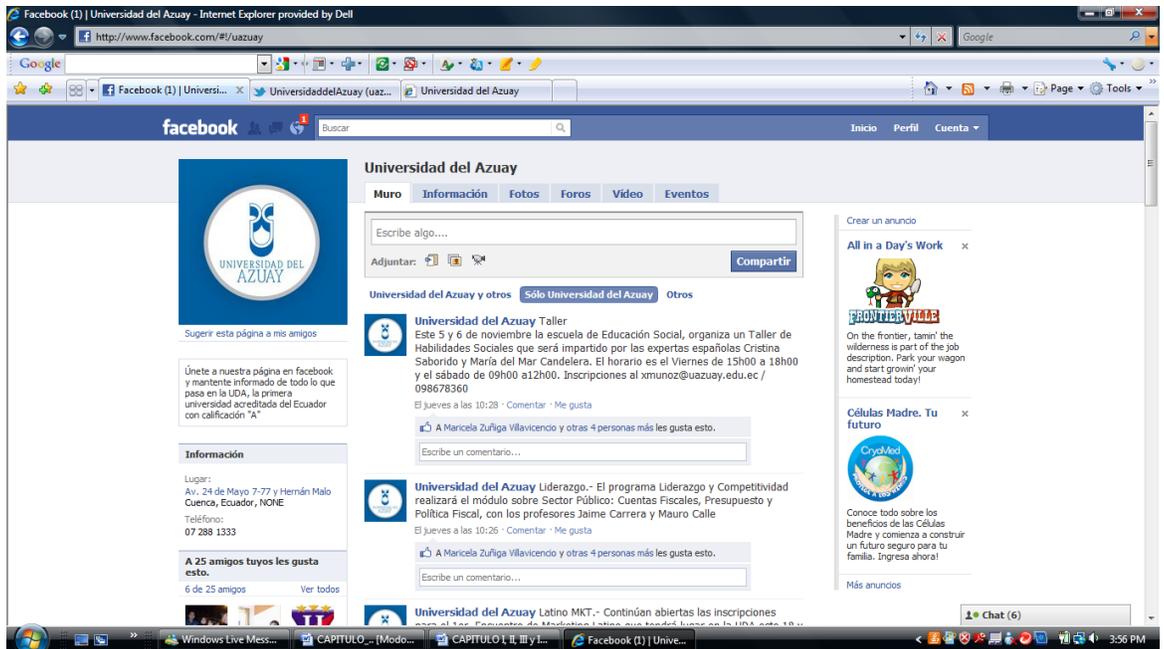
- El correo electrónico a través del web mail de la UDA se ha convertido en una gran herramienta de comunicación, debido a que es un instrumento informativo de uso permanente entre sus integrantes, siempre y cuando no sean bombardeados con información; aspecto que se da muchas veces y es la principal razón por la que los correos no son leídos o considerados como spam.
- Los públicos entre los cuales ha tenido mayor acogida y ha dado mejores resultados son en primer lugar los estudiantes, seguidos por el personal

administrativo, quienes han logrado hacer del correo electrónico un medio bastante útil en los diferentes procesos académicos.

- En el caso de los docentes, no siempre hacen uso del correo electrónico y del web mail de la Institución por falta de tiempo o de interés.
- La relación del Departamento de Relaciones Públicas de la UDA para con los medios de comunicación, muchas veces tiene que ser reforzada con otros medios como el fax, teléfono convencional, celular, entre otros; para garantizar que hubo una recepción de la información enviada y por ende una retroalimentación adecuada.

4.1.3. Las Redes Sociales como medio de comunicación.

- Desde inicios de este año 2010, la UDA forma parte de las redes sociales más importantes del mundo como Facebook y Twitter; sin embargo aún no cuenta con un número de seguidores muy amplio. El Departamento de Comunicación está consciente de ello por lo que sigue trabajando en la búsqueda de nuevos seguidores, a través de estrategias de enganche y sobre todo con temas de interés.



- Otro objetivo para este año es la creación de un blog corporativo, mediante el cual se pueda reforzar campañas de tipo social y cultural, ámbitos dentro de los cuales generalmente tiene mayor presencia la Institución.

4.1.4. Medios de comunicación.

- La telefonía convencional, telefonía móvil y el fax, también forman parte de las tecnologías de la comunicación e información que son utilizadas por los diferentes miembros de la comunidad universitaria; considerándose muchas veces un complemento del resto de opciones anotadas anteriormente.
- En especial cabe destacar el uso de la mensajería celular dirigida hacia los estudiantes como un medio de información en determinados procesos académicos, por lo que la UDA cuenta con una base de datos completa de los números de teléfonos celulares sus estudiantes para poder llegar a ellos de manera más directa.
- Otro objetivo para este año es la creación de un blog corporativo, mediante el cual se pueda reforzar campañas de tipo social y cultural, ámbitos dentro de los cuales generalmente tiene mayor presencia la Institución.

4.2. Relación de los resultados con las expectativas de trabajo.

Actualmente las TIC's se han convertido en un elemento significativo en el desarrollo de las sociedades por lo que debemos entender que cualquier medio de comunicación se vuelve un recurso didáctico.

Al hablar de integrar las Tecnologías de la Información y Comunicación en la educación, nos estamos refiriendo a aquellas opciones para desarrollar innovadoras formas en el aprendizaje, es decir van más allá de simplemente poseer una página web, de formar parte de las redes sociales o de utilizar aquellos medios que “facilitan la comunicación”; es decir deberían ser aprovechadas de mejor manera, obligándonos a conocerlas y a utilizarlas correctamente. Lo que permitirá que el alumno posea experiencias y escenarios que le faciliten su propia construcción del conocimiento, lo

ideal es llegar a usarlas como medio de búsqueda, comunicación, participación y expresión.

Por todo lo mencionado anteriormente podemos señalar que la Universidad el Azuay, si bien desde hace algún tiempo atrás ha implementado dentro de su gestión de comunicación las TIC's, necesita asesoría especializada en cuanto a su uso, para poder alcanzar el éxito esperado:

- En primer lugar el Departamento de Relaciones Públicas y Comunicación, debería ser reestructurado, proporcionándole los recursos humanos y físicos necesarios para el desarrollo óptimo del trabajo. Una vez que se cuente con el personal necesario será posible definir las funciones que cada persona realizará en cuanto a comunicación, marketing y relaciones públicas. Además se deberá dotar de los implementos básicos como fax, teléfonos, computadores, entre otros, para desarrollar la labor que el área requiere y que al momento no posee.
- Es importante que se realice la actualización de su página web en cuanto a diseño, formato e información. Por otra parte debería contar con al menos una persona responsable que realice esta labor ya que muchas veces los cambios se realizan desde diferentes áreas, debiendo ser esta la función del área de Comunicación, respaldados por el Departamento de Sistemas.
- Respecto a la utilización del correo electrónico, el área de Comunicación debería seleccionar la información a difundir, con el propósito de evitar que sea información no deseada, procurando que los titulares sean llamativos, es decir clasificar la información de acuerdo al público objetivo.
- Se deberían buscar mecanismos para el mejor aprovechamiento de las redes sociales y blogs corporativos, tratando de vincular a la comunidad a través de

una retroalimentación constante y no simplemente como un medio de información.

4.3. Proyecciones futuras respecto al uso de las TIC's.

El sistema educativo de la Universidad del Azuay no puede quedar al margen de los nuevos cambios, debe trabajar arduamente en este tema que ya ha sido implementado para la formación de sus estudiantes, por lo que la incorporación de las nuevas tecnologías debe continuar realizándose con la visión de favorecer el aprendizaje y facilitar los medios que contribuyan el desarrollo de los conocimientos, debe también trabajar en la capacitación e implementación idónea de estas nuevas herramientas para impedir el desconocimiento digital entre sus miembros.

Lo ideal es evitar confundir el conocimiento con la información ya que las nuevas tecnologías dan acceso a una gran cantidad de información, por lo que a cada persona le corresponde enriquecer y construir sus conocimientos a partir de esa información y a la Universidad proporcionar las bases para que esto se produzca.

La UDA debería dar un cambio considerable en el rol que desempeñan tanto el profesor y los alumnos; por lo que los docentes no deben seguir impartiendo sus clases de la forma tradicional como lo han hecho hasta ahora, les corresponde incentivar la colaboración entre los estudiantes, mejorar la motivación y el interés de búsqueda, promover la integración y estimular el desarrollo de ciertas habilidades intelectuales como el razonamiento, la resolución de problemas, la creatividad y la capacidad de aprender en el entorno virtual; ya que para ellos las tecnologías de la información y la comunicación han servido hasta ahora solamente como una herramienta de investigación que les facilita la búsqueda de material didáctico.

Definitivamente la UDA debe prepararse a futuro educando a sus integrantes para los desafíos y retos que representan las transformaciones en las comunicaciones y el

avance de las TIC's; aunque muchas veces el principal limitante es el factor económico, ya que los recursos no son suficientes para implementar nuevas herramientas por lo que es importante que la mentalidad de progreso en el ámbito de la educación debe partir desde las instancias del gobierno como apoyo en los procesos de cambio para alcanzar una educación modernista.

4.4 Conclusiones.

Al terminar la presente investigación, surgen las siguientes conclusiones de la puesta en práctica y utilización de las tecnologías de la información y comunicación en la Universidad del Azuay:

En primer lugar se evidencia que el Departamento de Relaciones Públicas y Comunicación, no está correctamente dotado con los recursos humanos y materiales adecuados para el correcto desarrollo de sus actividades.

Hemos podido comprobar que la Universidad del Azuay está utilizando con éxito las TIC's en sus estrategias de comunicación, tanto dentro como fuera de la organización.

Cabe destacar que durante el estudio realizado, se evidencia la gran aceptación que han tenido las TIC's por parte de los públicos internos y externos de la UDA, sin embargo aún no son muy aceptadas por parte de los docentes.

A pesar de la que la UDA, lleva ya algunos años dentro del mundo de la web 2.0 y de las redes sociales, aún no alcanza los resultados que desea.

Se observa que la utilización del correo electrónico, en ocasiones no es la correcta por parte del personal administrativo, y en otras instancias no es lo suficientemente atractivo para despertar el interés del público al que se dirige.

4.5 Recomendaciones.

En virtud de que se han encontrado algunas falencias en el área encargada de las relaciones públicas y comunicación de la UDA, la primera recomendación sería reestructurar la dependencia, proporcionándole los recursos humanos y físicos necesarios para el desarrollo óptimo del trabajo. Una vez que se cuente con el personal necesario será posible definir las funciones que cada persona realizará en cuanto a comunicación, marketing y relaciones públicas.

En base a los resultados de la investigación realizada a la UDA, se recomienda indicar la importancia que esta institución educativa da a la utilización de las TIC's dentro de su labor diaria.

Por cuanto los docentes no están acostumbrados o por falta de tiempo no están actualizados en la utilización correcta de las TIC's, consideramos que se deberían dar charlas objetivas sobre los beneficios que aportan al desarrollo de la docencia y a la mayor comunicación con la institución y los alumnos.

Se debe trabajar más en la actualización de contenidos en la página web y en el Facebook y Twitter; y sobre todo en la creación de un blog con su respectivo administrado para estar en contacto en tiempo real con todos los públicos interesados.

Ya que se necesita un mayor del uso del correo electrónico, se recomienda que el área de Comunicación seleccione la información a difundir, con el propósito de evitar que sea información no deseada, procurando que los titulares sean llamativos, es decir clasificar la información de acuerdo al público objetivo.

BIBLIOGRAFÍA

- <http://blogzine.blogalia.com/historias/63490>
- http://www.cerotec.net/web_corporativas.html
- <http://www.conatel.gov.ec>
- <http://consuelomblog.blogspot.com>
- <http://csnaturales.wordpress.com>
- <http://dudh.es/>
- <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.fayerwayer.com/>
- <http://www.hospitaldelrio.com.ec>
- <http://www.hoy.com.ec>
- <http://www.idrc.ca>
- <http://www.inec.gov.ec>
- <http://www.itu.int>
- <http://knightcenter.utexas.edu/>
- <http://www.lacolmenamena.blogspot.com/>
- <http://www.lafacultad.com/>
- <http://www.periodismociudadano.com/>
- <http://www.uazuay.edu.ec>
- <http://www.webometrics.info>
- http://www.youtube.com/watch?v=6PmCWmDM_CU&feature=related. Entrevista realizada a Caroline Ávila, RRPP de la UDA, (2009).
- <http://www.youtube.com/watch?v=eo8-b7pb56c>. Entrevista realizada a Caroline Ávila, RRPP de la UDA (2010).
- Costa, Joan. El DirCom hoy, Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía. Segunda Edición, Costa Punto Com Editor, Barcelona 2010.
- Documento Proyecto de Autoevaluación Institucional de la Universidad del Azuay con fines de acreditación: sección Antecedentes legales e históricos.

- Espinoza, Baquero, Cristian (2010) Estrategias y Nuevas Tecnologías, Diplomado en Comunicación Corporativa, UTPL.
- Jiménez, Cano Rosa, Polo, Francisco. La Gran Guía de los Blogs 2008. Colección Planta29, El Cobre Ediciones. <http://coleccionplanta29.com/guias-para-un-mundo-nuevo/la-gran-guia-de-los-blogs>
- Revista Coloquio No.24, artículo Dr. Mario Jaramillo Paredes, Rector de la Universidad del Azuay.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES. (2009). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. SENPLADES.

ANEXOS

Entrevista realizada a Caroline Ávila, Relacionadora Pública de la Universidad del Azuay, año 2010.

La UDA es parte de la Web 2.0

- 1. ¿Cuál ha sido la experiencia de la Universidad del Azuay al formar parte de una de las Redes Sociales (Facebook) más grandes del mundo? ¿Desde cuándo lo vienen haciendo?**

Comenzamos en marzo de este año y en este momento sin haber hecho mucha fuerza en la difusión para tener amigos como lo llaman o tener fans, estamos con 1542 amigos que están afiliados a la red de Facebook. Nos interesan mucho estas 1542 personas porque son gente que han encontrado a la Universidad del Azuay y han intentado hacerse amigos desde esa línea, pero no es un tema forzado, es un tema muy voluntario que ha permitido de alguna manera encontrar un nuevo espacio de comunicación. Esa ha sido la razón principal por la cual utilizamos las nuevas redes, este es el espacio en donde encontramos a la gente y en donde nos toca movernos de acuerdo a lo que ellos están utilizando.

- 2. ¿Cómo ha influido esto en la Comunicación Corporativa de la Institución?**

Se van cambiando las prioridades, anteriormente uno ni siquiera pensaba tener una página de este tipo como Institución, creería que es una tema para jóvenes tal vez y en este momento no es así, se han cambiado las prioridades, inclusive el presupuesto publicitario comienza a incorporar la publicidad vía web algo que hace dos o tres años probablemente en la UDA no pasaba, entonces son cambios ciertamente estratégicos en la gestión de comunicación corporativa, la necesidad de incorporar la web 2.0.

3. ¿Que caracteriza a esta nueva forma de comunicación en relación con los medios tradicionales?

Cuando yo salí de la universidad nos decían que eran las carteleras, los afiches probablemente los medios más importantes a los que la gente recurría. Hoy por hoy una cartelera en la UDA, casi ya no se usa, en este momento necesitamos comunicarnos mas vía correo electrónico, mensajería celular o en su lugar reforzar ciertos mensajes con el tema virtual y a su vez a nivel de carteleras pero cada vez con menos prioridad, entonces ahí nomas hay cambios importantes frente a lo que se decía o se hacía en comunicación.

4. ¿Qué ocurre con los destinatarios que no manejan habitualmente estas plataformas asociadas a la Web 2.0 y deben aprender a hacerlo?

Tal vez por eso todavía el aula tiene carteleras, es importante aunque uno tiene que medir, en el caso de la comunicación institucional tratar de llegar a todos los públicos, entonces si bien es cierto los canales vía web 2.0 están creciendo, están en auge, en un sistema como el nuestro en el que la brecha digital no nos permite descartar del todo la comunicación tradicional, entonces solo por ello todavía necesitamos conservar las partes clásicas y tradicionales de comunicación como por ejemplo a través de las carteleras.

5. ¿Su institución ha acoplado otro tipo de herramientas de la Web 2.0?

Hace una semana o dos comenzamos twitter, que es una red que va más hacia el celular probablemente, es una red que todavía está encontrando sentido de uso en nuestro país, aún la gente no está muy familiarizada pero va a crecer y ese es el espacio en el que al final hay que seguir estando.

A su vez aunque no es un tema que está considerado en la web, utilizamos otro sistema de comunicación como nuestra aula virtual, tenemos clases con soporte virtual y resulta ser un importante espacio también de comunicación.

6. ¿Cómo describirías el momento que atraviesa nuestro país respecto del desarrollo de estas nuevas estrategias de comunicación? ¿Estamos preparados?

Creo que no, la gente todavía necesita mayor apertura, sobretodo la gente mayor, pasados los 35 - 40 años son una generación totalmente diferente, creo que los que están viniendo probablemente nos están pasando en curva, entonces es necesario prepararnos bien. Me parece que hace falta trabajar bastante sobre todo en acortar ciertas brechas que la tecnología ha generado, muchas veces por la dificultad de acceder a internet y hace falta prepararse más.