



**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 TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES ECUATORIANAS**

Tesis de grado previa la obtención  
Del Título de Diplomado en  
Comunicación Corporativa

**Autores:**

ASTUDILLO BUENAÑO PABLO ANDRÉS

FERNÁNDEZ ALTRAMIRANO JENNY ALEXANDRA

LEDESMA JARAMILLO ADRIANA VERÓNICA

**Directoras:**

LIC. CESIBEL VALDIVIEZO

MGS. JENNY YAGUACHE

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2010

MGS. JENNY YAGUACHE

LIC.CESIBEL VALDIVIEZO

**DIRECTORAS DE LA TESINA**

**CERTIFICAN:**

Que el presente trabajo de investigación realizado por los estudiantes: Pablo Andrés Astudillo, Jenny Alexandra Fernández Altamirano y Adriana Verónica Ledesma Jaramillo, 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.

Quito, 19 de Noviembre del 2010

f).....

MGS. JENNY YAGUACHE

f).....

LIC. CESIBEL VALDIVIEZO

**DIRECTORAS**

## AUTORÍA

Nosotros, Adriana Verónica Ledesma Jaramillo, Jenny Alexandra Fernández Altamirano y Pablo Andrés Astudillo Buenaño como autores del presente trabajo de investigación, somos responsables de las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en la misma.

f).....

Adriana Ledesma

C.I.:

f).....

Jenny Fernández

C.I.:

f).....

Pablo Astudillo

C.I.:

## AUTORES

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Nosotros, Adriana Verónica Ledesma Jaramillo, Jenny Alexandra Fernández Altamirano y Pablo Andrés Astudillo 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.

Quito, 19 de Noviembre del 2010

f).....

Adriana Ledesma

C.I.:

f).....

Jenny Fernández

C.I.:

f).....

Pablo Astudillo

C.I.:

**AUTORES DE LA TESINA**

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestra eterna gratitud a quienes han apoyado esta etapa de crecimiento en nuestra formación profesional: padres, hermanos, familiares; profesores, amigos, compañeros y a la sociedad en general.

Adriana Ledesma

Jenny Fernández

Pablo Astudillo

## DEDICATORIAS

A mis seres más queridos y la vida por darme la oportunidad de seguir superándome y demostrándole a la sociedad que pese a las circunstancias si se puede salir adelante y ser cada día ser mejores.

Pablo Astudillo

A Dios por haberme dado la confianza, salud y apoyo para cumplir uno más de mis objetivos, le agradezco por darme una familia y novio que siempre me apoya y me dan la confianza para cumplir mis objetivos personales y profesionales. En especial a mis padres que me brindan sus consejos y amor para cumplir mis metas, a mis hermanas que siempre están junto a mí dándome ánimo y apoyo y no puedo pasar por alto a mi nueva inspiración a mi querido sobrino Joaquín gracias por existir.

Jenny Fernández

A mis padres y hermanos por ser mi motivación para crecer día a día como ser humano y como profesional, a mi esposo Marcelo por ser mi guía, respaldo y ejemplo de positivismo y trabajo incansable; a la Universidad Internacional del Ecuador por acompañarme a lo largo de mi formación académica y por brindarme todo su apoyo y mis amigos por su confianza y cariño.

Adriana Ledesma

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|  |           |
|--|-----------|
| CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR (A) .....   | II        |
| AUTORÍA.....   | III       |
| CESIÓN DE LOS DERECHOS.....  | IV        |
| AGRADECIMIENTOS.....   | V         |
| DEDICATORIA.....   | VI        |
| INTRODUCCIÓN.....  | 10        |
| <b>CAPÍTULO I</b>  |           |
| <b>IMPORTANCIA DE LAS TIC'S COMO HERRAMIENTAS DE<br/>COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE ECUADOR.....</b>  | <b>13</b> |
| 1.1. Implementación de las tecnologías de información y<br>comunicación en comunicación corporativa..... | 20        |
| 1.2. Situación actual de las TIC's en el país.....   | 26        |
| <b>CAPÍTULO II</b>   |           |
| <b>ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN A INVESTIGAR.....</b>   | <b>30</b> |
| 2.1. Tipo de Entidad, Misión y Visión de la misma.....   | 30        |
| 2.2. Historia de la Universidad Internacional del Ecuador.....   | 31        |
| 2.2.1 A quién está dirigida.....   | 35        |
| 2.2.2 Qué tipo de comunicación realiza.....  | 36        |
| 2.3. Estructura del departamento de comunicación de la Universidad<br>Internacional del Ecuador.....     | 36        |

## **CAPÍTULO III**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>USO DE LAS TIC'S ORGANIZACIÓN SELECCIONADA.....</b>   | <b>39</b> |
| 3.1. Comunicación en la Universidad Internacional del Ecuador.....   | 39        |
| 3.2. Herramientas Web 2.0 que utiliza la organización. Incluyendo el por qué. La frecuencia en su uso, los objetivos por los que fueron implementados, público meta..... | 45        |
| 3.3. Tipo de contenidos difundidos a través de herramientas Web 2.0...   | 48        |
| 3.4. Estrategias de TIC's en comunicación que han resultado exitosas para la organización.....   | 51        |
| 3.5 Futuras proyecciones a través de Internet como medio de comunicación.....  | 53        |

## **CAPÍTULO IV**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PANORAMA ECUATORIANO EN EL USO DE LAS TIC'S EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....</b>     | <b>56</b> |
| 4.1. Defina los resultados de la investigación.....  | 56        |
| 4.2. Relacione los resultados obtenidos con las expectativas de trabajo sobre las TIC's.....   | 57        |
| 4.3. Analizar la situación en cuanto al uso de las TIC's incluyendo una proyección futura..... | 58        |
| 4.4. Conclusiones de la investigación.....   | 61        |
| 4.5. Recomendaciones.....  | 63        |
| <br>   |           |
| <b>5. BIBLIOGRAFÍA.....</b>  | <b>65</b> |
| <br>   |           |
| <b>6. ANEXOS.....</b>  | <b>68</b> |



## ÍNDICE DE CUADROS

|  |    |
|--|----|
| <b>Cuadro N° 1</b>   |    |
| Tipos de Sitios Web.....                                       | 24 |
| <b>Cuadro N° 2</b>   |    |
| Organigrama Departamento de Comunicación de la UIDE.....       | 36 |
| <b>Cuadro N° 3</b>   |    |
| Página Web de la UIDE.....                                     | 41 |
| <b>Cuadro N° 4</b>   |    |
| Información para Docentes.....                                 | 42 |
| <b>Cuadro N° 5</b>   |    |
| Correo Institucional.....                                      | 43 |
| <b>Cuadro N° 6</b>   |    |
| Facebook de la UIDE.....                                       | 46 |
| <b>Cuadro N° 7</b>   |    |
| Campus Virtual.....  | 47 |
| <b>Cuadro N° 8</b>   |    |
| Facebook de la UIDE (Escuela de Nutriología).....              | 49 |
| <b>Cuadro N° 9</b>   |    |
| Facebook de la UIDE (Escuelas Gastronomía y Comunicación)..... | 50 |
| <b>Cuadro N° 10</b>  |    |
| Portal Web.....  | 51 |
| <b>Cuadro N° 11</b>  |    |
| YouTube de la UIDE.....  | 54 |
| <b>Cuadro N° 12</b>  |    |
| TIC en la Región.....  | 59 |

# **USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES ECUATORIANAS**

## **INTRODUCCIÓN**

A nivel mundial son más de 1000 millones de personas las que tienen acceso a lo que se conoce como las nuevas tecnologías las mismas que están englobadas en una de las herramientas de comunicación más efectivas de los últimos tiempos: el Internet.

Gracias a este recurso la comunicación y sus procesos han ido cambiando constantemente, el apareamiento de las TIC's ha generado nuevos espacios para difundir los mensajes. Estamos dentro de una sociedad más demandante de contenidos e información que debe ser difundida a través de estrategias que permitan divulgar acertadamente el o los mensajes, más cuando la inmediatez se ha convertido en un factor de desarrollo y eficacia marcado por la competitividad.

Los cambios generados por la tecnología y aparición de nuevas herramientas de Internet han modificado la forma de relacionarnos en todos los ámbitos incluido el laboral. El Internet ha ido ganando espacio y la brecha digital ha ido disminuyendo, ahora ya no es tan difícil acceder a este medio y más bien si las personas y las empresas no son parte de este medio es como estar aislado de la sociedad o estar en el mercado y no poder competir.

En Ecuador, es importante conocer la forma en que las organizaciones se han insertado en el uso de las TIC's y elementos Web para comunicar su mensaje. Teniendo en cuenta que muchas de las herramientas 2.0 se han convertido en aliados laborales que generan éxito pues abarcan más espacios y adoptan más usuarios o consumidores.

La tesina que se ha realizado para la obtención del título de Diplomado en Comunicación Corporativa de la Universidad Tecnológica Particular de Loja, se basa en una investigación hecha en la Universidad Internacional del Ecuador.

El **Capítulo I**, hace referencia a conceptos fundamentales de las TIC's y la importancia y uso de las mismas en las organizaciones y sobre todo en nuestro país.

Se menciona definiciones de los medios de masas como son prensa escrita, el teléfono, el telégrafo, la radio, la televisión e Internet, el análisis de la implementación de las tecnologías de información y comunicación corporativa es primordial para la aplicación en la Universidad Internacional del Ecuador.

El **Capítulo II**, se basa en un análisis interno de la Universidad Internacional del Ecuador, en donde se detalla la misión, visión, historia de la universidad, modalidades de educación que poseen y un detalle sobre qué tipo de comunicación maneja actualmente, a quien está dirigida y como está estructurada.

Esta investigación permitió un conocimiento de la estructura del departamento de comunicación de la Universidad que sirvió de base para desarrollar el capítulo III.

En el **Capítulo III** se describe el uso de las TIC'S en la Universidad Internacional del Ecuador, se realiza un análisis de cómo es la comunicación actualmente y que medios son los que están utilizado para su comunicación interna y externa.

Se detalla el uso de las herramientas Web 2.0 para la comunicación con sus clientes internos y externos, se indica la presencia que tienen y la acogida que poseen con sus públicos

Con la investigación se determina también las estrategias actuales que maneja el área de comunicación en la organización y cuáles son sus proyecciones futuras sobre el uso de la Web 2.0.

Por último en el **Capítulo IV**, se concluye el proyecto con los resultados de la investigación y se hacen recomendaciones a la Universidad para el Uso de las tecnologías de información y comunicación.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

- Conocer el uso de las TIC's en las estrategias de comunicación de las organizaciones ecuatorianas entre enero-julio 2010.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar las herramientas digitales que utilizan las organizaciones como estrategias de comunicación internas y externas.
- Analizar el uso y la actualización de las herramientas digitales que tienen las organizaciones.
- Identificar las herramientas digitales de mayor eficacia.

# CAPÍTULO 1

## IMPORTANCIA DE LAS TIC's COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE ECUADOR

La comunicación y sus procesos han ido evolucionando de una manera rápida y constante, los seres humanos han querido aprovechar esta herramienta entre otras cosas para acortar las distancias. Es así que esta forma de interacción entre los individuos ha ido evolucionando desde las primitivas señales de humo, el lenguaje hablado pasando por la imprenta, el teléfono, telégrafo, la radio, la televisión hasta llegar al Internet.

Las nuevas tecnologías de la información “no pueden estudiarse de forma aislada o in vitro, pues son agentes activadores de procesos que afectan tanto las vidas cotidianas de las gentes como los procesos macro sociales de las colectividades.”<sup>1</sup>

La distancia, se ha visto acortada con los avances tecnológicos, que el hombre actual ha construido hasta lograr resultados que han transformado el pensamiento humano y la forma de comunicarse.

Gracias a los avances tecnológicos aparece lo que hoy en día se conoce como las tecnologías de la información que son un “Conjunto de sistemas, procesos, procedimientos e instrumentos que tienen por objetivo la transformación, creación, almacenamiento y difusión de la información, a través de diversos medios, para satisfacer las necesidades informativas de los individuos y la sociedad.”<sup>2</sup>

Pero veamos un poco como se han ido desarrollando estos avances tecnológicos desde la antigüedad hasta nuestros días. Desde los primeros tiempos, con el apareamiento del hombre el deseo de comunicación era de vital importancia, sin la

---

<sup>1</sup>Barbero J.M; Silva, A. (2004). *Proyectar la Comunicación*. Madrid – España. T y M Editores.

<sup>2</sup> Mari Sáenz, V.M Globalización (2002). *Nuevas Tecnologías y Comunicación*. Madrid- España Ediciones de la Torre.

comunicación, no habría transmisión de conocimientos, ideas, pensamientos, sentimientos, etc.

El hombre primitivo ha ido evolucionando a lo largo de los milenios, llegando a construir un lenguaje interpretado y hablado por medio de símbolos y luego de letras a los cuales se les ha dado significado para conformar lo que hoy se conoce como el lenguaje. Un lenguaje creador de mensajes que necesitaban ser transmitidos a la mayor cantidad de personas que le sea posible a través de diferentes medios o canales, los mismos que también debían cubrir grandes distancias, de ahí surge lo que se conoce como medios de comunicación masivos.

Dentro de la categoría de medios de masas están la prensa escrita, el teléfono, el telégrafo, la radio, la televisión y actualmente el Internet.

- **La Imprenta y la Prensa Escrita**

Con la primera gran división social del trabajo, entre agricultores y ganaderos, se generó un mayor caudal de conocimientos sobre la naturaleza y la propia actividad humana, lo que condujo a la aparición de nuevos términos para transmitir dichos conocimientos. Así, el hombre amplió y perfeccionó sus ideas y adquirió mayor información.

Pero esta gran cantidad de información ya no podía ser difundida de forma oral y también necesitaba ser transmitida o llevada a distancias más amplias así que apareció una nueva forma de comunicación, la escrita. El nacimiento de la imprenta se remonta a China, cuando se reproducen por primera vez y de forma múltiple, dibujos y textos con la ayuda de caracteres de imprenta tallados en tablas de madera.

La escritura atravesó por diferentes etapas y modalidades antes de constituirse como hoy la conocemos. “La primera etapa fue la pictográfica, la cual le dio nombre a esta variante de escritura. Ella tuvo sus orígenes en la pintura, surgió de un proceso de abstracción de las primeras representaciones pictóricas del hombre.

De ahí que constituya una copia de la naturaleza, una representación de los objetos, mediante la cual se establecía la comunicación. Al signo separado que designaba el objeto representado se le denominó pictograma. Posteriormente se desarrolló la etapa denominada ideográfica, que es resultado de la asociación de símbolos pictográficos con objetos e ideas, el signo no mostraba entonces solamente el objeto, sino que codificaba también la información obtenida del mismo. Al emplearse los signos en la representación de ideas, se produjo una plasmación cada vez más simbólica que abocaría en el signo alfabético”<sup>3</sup>.

Con el paso del tiempo surgieron los manuscritos y los libros que contribuyeron al desarrollo de la humanidad, pero la escritura como medio de comunicación se vio reflejada en los periódicos.

El periódico, tal como hoy lo conocemos, nació en Inglaterra, en el siglo XVIII. Con anterioridad a esta fecha, existieron ciertas formas de comunicación social. Hacia 1715 había en este país una gran actividad editorial y aparece un gran número de publicaciones de periodicidad variable. La distribución se hacía por medio de pregoneros. Los más importantes centros de circulación de periódicos fueron los cafés, donde la gente se reunía a leerlos y comentar las noticias.

- **La Radio**

Para hablar de la trayectoria e historia de la radio hay que decir que el aparecimiento de este medio de comunicación viene precedido de varios inventos que contribuyeron en alguna medida al nacimiento de la radio.

---

<sup>3</sup> Redames, M.; Hernández, P.; Vicedo, L. (2004). *La Información a través del Tiempo*. Editorial Paídos.

Inventos como el telégrafo creado por Samuel Morse en 1844, el teléfono de Graham Bell en 1876 y el fonógrafo de Thomas Alva Edison fueron un gran aporte para el surgimiento de la radio.

“El telégrafo era un aparato en donde las letras se traducían en una clave de puntos y rayitas con los pulsos electrónicos cortos y largos a razón de quince palabras por minuto, se podía despachar mensajes a través de delgados hilos de cobre casi a la misma velocidad de la luz. El teléfono en cambio transformaba el sonido en señales eléctricas y lo enviaba, valiéndose de micrófonos y auriculares por un tendido de cables similares al telégrafo. El fonógrafo era un cilindro cubierto por una lámina de estaño en donde vibraba una aguja”.<sup>4</sup>

Gracias a todas estas invenciones el sonido rompió fronteras y distancias, la comunicación podía establecerse con comunidades más lejanas esto en relación al telégrafo y al teléfono.

Todos estos inventos anteceden al nacimiento de la radio pero las bases para su apareamiento son puestas a partir de 1897 cuando Guglielmo Marconi basándose en el invento de Morse logró proyectar una señal a miles de kilómetros.

Para 1906, el canadiense Reginald Fessenden logra realizar la primera transmisión de sonido, es la primera vez que en lugar de ondas sonoras se escucha la voz humana a miles de kilómetros de distancia. En 1907, el norteamericano Alexander Lee Forest descubre unas válvulas con electrodo y se logra transformar las modulaciones sonoras en señales eléctricas, pero lo mejor fue que estas señales eléctricas transmitidas mediante una antena a otra eran nuevamente reconocidas como modulaciones sonoras.

A partir de allí nacía la radio tal como la conocemos hoy, pero es a partir de 1920 cuando se reconoce a la radio como medio de comunicación. En ese año los Estados Unidos establecieron estaciones de radio con una programación de variedades en donde se pasaba temas musicales, noticias, información de la política de este país.

---

<sup>4</sup> López Vigil, I. (1997). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito Ecuador.



- **La Televisión**

La televisión nace a partir de una serie de fenómenos e investigaciones simultáneas pero desarrolladas aisladamente en 1884, el científico Nipkow inventa el disco perforado explorador que junto a otros inventos como el iconoscopio y el cinescopio ayudaron a la aparición de este medio de comunicación.

Las primeras transmisiones televisivas se efectuaron en Inglaterra en 1927 por la BBC, mientras que en el continente americano iniciaron en 1930, en los Estados Unidos de la mano de cadenas televisivas como CBS y NBC.

La Televisión, desde su apareamiento como tal en 1927, ha ido evolucionando de diferente forma, por ejemplo en Latinoamérica en la década del 50 este medio tenía pocos aparatos de recepción que en cierta forma estaban en manos de los grupos de poder. Para los años sesenta la situación cambió de forma radical, se buscó la expansión y nacionalización del medio. En la década del 70 aparece la televisión a color.

Para los años 90 la TV empieza a experimentar un proceso de privatización, diferentes empresarios promueven inversiones de capital con el fin de sacarle provecho a este medio de comunicación. En la actualidad la televisión es un medio de difusión y de penetración cultural muy importante. Su influencia en la sociedad actual es evidente. Este es un medio que puede informar, entretener y educar.

- **El Internet**

Los medios de comunicación masivos nos acercan información de cualquier parte del mundo en un abrir y cerrar de ojos. El caudal de información al cual se tiene acceso es inmensurable. Se ha conquistado el espacio. Ya no solo se utiliza la Tierra como escabel de sus inventos tecnológicos; sino que los ha colocado a grandes distancias sobre el Planeta y de los cuales hace uso para proveer de información a toda la humanidad.

El Internet es un medio que nos ha ayudado a obtener gran cantidad de información en tiempo real y sin importar las distancias, pero veamos cómo surgió este medio:

En un principio el Internet surge como un proyecto de estrategia militar de los Estados Unidos, los inicios de Internet nos remontan a los años 60. En plena guerra fría, Estados Unidos crea una red exclusivamente militar, con el objetivo de que, en el hipotético caso de un ataque ruso, se pudiera tener acceso a la información militar desde cualquier punto del país.

ARPANET fue la primera red en crearse en principio, la red contaba con 4 ordenadores distribuidos entre distintas universidades del país. Años más tarde ya se contaba con unos 40 ordenadores conectados. Tanto fue el crecimiento de la red que su sistema de comunicación se quedó obsoleto. Entonces dos investigadores crearon el Protocolo TCP/IP, que se convirtió en el estándar de comunicaciones dentro de las redes informáticas.

En 1985, el Internet ya era una tecnología establecida, aunque conocida por unos pocos. En 1993, Marc Andreessen produjo la primera versión del navegador.

A partir de entonces Internet comenzó a crecer más rápido que otro medio de comunicación, convirtiéndose en lo que hoy todos conocemos.

Con todos estos datos hemos podido ver como los procesos de comunicación han ido avanzando hasta convertirse en una herramienta de suma importancia no solo en el ámbito social sino también en ámbito empresarial, político, económico, periodístico, etc.

En la actualidad y gracias a los avances tecnológicos se reconoce además que Internet ha logrado imponerse con mayor rapidez en comparación con la forma como lo hicieron en su momento la Prensa escrita, la Radio y la Televisión. También, la Web está acompañada de un ritmo de cambios acelerado y, aparentemente, sin interrupciones.

Las TIC's sobresalen dentro de la comunicación, particularmente, porque se trata de herramientas que facilitan a las personas el rápido acceso a cantidades infinitas de información, sobre cualquier índole y proveniente de cualquier rincón del mundo. Será por esta razón entonces que se escucha hablar de una Sociedad de la Información que no es otra cosa que:

“La expresión de las realidades y capacidades de los medios de comunicación más nuevos, o renovados a merced a los desarrollos tecnológicos que se consolidaron en la última década del siglo: la televisión, el almacenamiento de información, la propagación de video, sonido y textos, han podido comprimirse en soportes de almacenamiento como los discos compactos o a través de señales que no podrían conducir todos esos datos si no hubieran sido traducidos a formatos digitales.”<sup>5</sup>

También se ha oído hablar de la sociedad red, término utilizado por Manuel Castells, para quien la estructura social se crea a través de tres tipos de relaciones:

Relaciones de producción, muy ligadas a la interacción del hombre con la naturaleza y cómo aquel transforma a esta para la creación de bienes y servicios que satisfagan sus necesidades. Relaciones de experiencia, núcleo fundamental de las relaciones humanas y que se han estructurado históricamente alrededor del sexo y la familia, relaciones de poder, entendido este como la habilidad de ejercer la violencia para garantizar el cumplimiento de las reglas sociales dominantes.

En la Sociedad Red, la realidad está construida por redes de información que procesan, almacenan y transmiten información sin restricciones de distancia, tiempo ni volumen. Esta nueva forma de entender el funcionamiento de la sociedad se basa en el fenómeno de la globalización, el cual se ha ido desarrollando gracias al Internet.

Además Manuel Castells dice “la tecnología no determina la sociedad, la envuelve, pero tampoco la sociedad determina la innovación tecnológica, la usa”<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm> (consulta 18-09-2010).

<sup>6</sup> Mendizábal, I., Cucurella, L. (2003). *Comunicación en el tercer milenio*. Quito – Ecuador. Ediciones Abya Yala.

Con esto podemos ver como las nuevas tecnologías han ido ganando espacio en la sociedad, ahora veremos cómo las TIC's han incursionado en la comunicación corporativa y también cual es la situación de estas herramientas en nuestro país.

### **1.1. IMPLEMENTACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

Aquí hay que empezar analizando la relación entre Internet y la nueva economía, el punto básico es que la nueva economía no es la economía de las empresas que producen o diseñan Internet, es la de las empresas que funcionan con y a través de Internet. Ésa es la nueva economía y eso es lo que está ocurriendo a nivel mundial.

“El comercio electrónico ha ido creciendo notablemente, tiene interés pero se incide demasiado en la idea de la venta, casi todo el trabajo interno de la empresa en relación con los proveedores y en relación con los clientes se está haciendo por la red.”<sup>7</sup>

También aparece una transformación del funcionamiento del capital, y aquí también, la primera transformación es el centro de la economía global que son los mercados financieros globalizados que funcionan mediante conexiones entre ordenadores. Esto es simplemente una red de redes de ordenadores que esta convergiendo rápidamente con la red Internet.

El Internet también ha permitido el desarrollo vertiginoso de la transacción financiera electrónica. Las empresas no pueden estar excluidas de todos estos procesos, es por ello que las formas de negociación y de generación de recursos han ido cambiando de la mano de las nuevas tecnologías.

Desde el ámbito comunicacional, con el aparecimiento de las nuevas tecnologías, el papel de la comunicación en las organizaciones ha tomado gran importancia, ya que ha contribuido a un mejor desarrollo de los procesos comunicacionales, ya sean internos o externos.

---

<sup>7</sup> Castells, M. (2007). *Internet y la Sociedad Red*. Madrid- España. Editorial Paídos.

Dichos procesos engloban lo que se conoce como comunicación organizacional y comunicación corporativa. La comunicación organizacional es: “La disciplina que estudia cómo se procesa el fenómeno comunicacional dentro de las organizaciones en el ámbito de la sociedad global y como un fenómeno inherente a la naturaleza de las personas o grupos de personas que la integran.”<sup>8</sup>

Mientras que la comunicación corporativa se entiende como: “La comunicación externa de la organización, con sus planteamientos globales, con lo que auténtica y realmente es la organización, sea visible o no. Esto nos lleva a hablar de identidad, conjunto de facetas que nos define lo que es la corporación y es reconocido por los demás”<sup>9</sup>

En relación a como en la actualidad las empresas manejan la comunicación corporativa hay que señalar un antes y un después del surgimiento de las tecnologías de la información.

Durante el pasado siglo XX existía un modelo burocrático que estaba caracterizado por la estandarización de los procesos, la resistencia al cambio, la baja calidad del producto, la insatisfacción en el trabajo, la pérdida de motivación y la fragmentación de las tareas.

En la actualidad han surgido varias transformaciones o cambios en los diferentes ámbitos de la sociedad y las organizaciones no podían ser la excepción, anteriormente el punto base de las organizaciones era ser estables y adaptarse paulatinamente a los diferentes cambios sociales.

Las empresas se han percatado de que se necesitan nuevos modelos de innovación y de gestión, pues ya es imposible tratar todos los problemas y oportunidades que hoy surgen en las organizaciones con los antiguos métodos y de forma individual.

En los últimos tiempos, las empresas han alcanzado una mayor consciencia de que todos somos sujetos de comunicación y de relaciones. Que estas son herramientas tan

---

<sup>8</sup> Krohling, M. (2003) *La Comunicación Interna y la Comunicación Administrativa*. Barcelona – España. Bosch comunicación

<sup>9</sup> Lucas Marín, A. (1997) *La Comunicación en la Empresa y en las Organizaciones*. Barcelona-España. Bosch comunicación.

indispensables en la venta como en la negociación, en la gestión, en la resolución de los problemas y a la acción ante las oportunidades.

Las nuevas tecnologías han logrado que se empiece a entender en las organizaciones que se tiene que aprender a pensar y actuar de modo diferente, con una visión integral e integradora, global, no fragmentaria ni enfocada a los síntomas sino a las causas mismas y multi polares de los problemas.

Ahora el cambio es la regla básica para el funcionamiento de las organizaciones, la estabilidad sigue siendo fundamental pero ya no tiene el mismo papel de antes. Actualmente las organizaciones y los cambios o transformaciones sociales tienen que ir de la mano, es como si debieran darse al mismo tiempo, la organización que no cambia en el tiempo adecuado se queda rezagada y pierde espacio en el mercado.

Gracias a las ciencias cognitivas y sistemas de pensamiento aparecen todos los avances que se han dado en relación al conocimiento y uno de estos avances es el apareamiento de lo que se conoce como nuevas tecnologías las mismas nos ayudan dentro de la organización a desarrollar nuevos procesos que tienen como líneas base el aprendizaje, la disciplina, la innovación y el desarrollo de nuevas habilidades y competencias.

Dentro de este proceso hay que recalcar que para el desarrollo de todas estas habilidades el factor humano es fundamental en los nuevos modelos de organización, el capital humano tiene más espacio, participación y reconocimiento.

La importancia de las TIC's como herramientas de comunicación dentro de las organizaciones se da porque estos recursos ofrecen nuevas formas de acción para con sus públicos y logran también abrir nuevos espacios de mercado dentro de la sociedad.

Se aprovechan estos instrumentos para la interacción con nuevos mercados o audiencias para ir más allá, incorporarse al "ciberespacio" con un sitio propio, con características adaptadas al nuevo entorno comunicativo que le permitan imponerse como un nuevo medio en la Red.

Otros de los rasgos que hacen que estos recursos sean importantes es que ofrecen: Interactividad, simultaneidad, son de carácter universal, tienen inmediatez, libertad, ayudan a integrarse y son actualizables.

- **Interactividad.** Porque permiten interactuar con gente que está en otro sitio no importa la distancia.
- **Universal.** Están en todas partes y están al alcance de todos.
- **Simultaneidad.** Permiten estar en diversos sitios al mismo tiempo, se puede ver lo que pasa en Europa mientras se escucha lo que pasa en Ecuador.
- **Inmediatez.** La información llega al instante.
- **Libertad.** Se puede escoger la información que se adapta a nuestras necesidades.
- **Integradora.** Permite estar a todos conectados e integrados entre todos sin importar donde estemos.
- **Actualizable.** La información que necesitamos se va actualizando automáticamente y en algunos casos esa actualización es instantánea.

Hoy en día las empresas deben cambiar la forma de introducir y llevar sus productos al cliente según el modelo de comunicación clásica, estos son los **7 pecados** que las empresas, en la actualidad, deben evitar para llevar sus productos a los consumidores.

- “Crea mensajes para llevar la marca al consumidor.
- Es invasora e interrumpe lo que le gusta al consumidor.
- Beneficia sólo a la marca...y cada vez menos.
- Aspira a que el consumidor vea la marca y la recuerde.
- Utiliza medios masivos, funciona por repetición y sus objetivos son informar y persuadir.
- El consumidor ahora huye de la comunicación clásica.
- Es difícil de cuantificar y/o mensurar.”<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> 2010 Congreso mundial de Tecnologías de la Información.CD. Quito- Ecuador. Universidad Técnica Particular de Loja

Ahora las nuevas tecnologías han transformado totalmente este discurso, los mensajes y las marcas están ahí, el consumidor no espera que la marca llegue a él. Los usuarios son quienes buscan y escogen qué comprar. El beneficio ya no sólo es de la marca, ahora el beneficio es mutuo, ya no se necesita tanto hacer la recordación de la marca, ésta simplemente se dará gracias a los beneficios obtenidos por el cliente.

La comunicación en este nuevo sistema ya no tiene formatos establecidos, todo es comunicación. Los consumidores generan contenidos, noticias y recomendaciones con una capacidad de expansión sin fronteras y la credibilidad no obtenida por ninguna media.

Todo esto ofrecen las nuevas tecnologías tanto a usuarios como a las empresas. Los instrumentos han ido aumentando desde el apareamiento de los portales, sitios institucionales y corporativos, sitios transaccionales, Blogs, comunidades virtuales y sitios 2.0, todas estas innovaciones tecnológicas son la puerta abierta que tienen las empresas para llegar a los consumidores.

## CUADRO N° 1

### TIPOS DE SITIOS WEB

| INSTRUMENTO            | DESCRIPCIÓN  |
|------------------------|--|
| <p><b>Portales</b></p> | <p>Significa puerta grande y es el punto de entrada o de partida para que un usuario pueda hacer búsquedas web, además ofrece recursos para la navegación como foros, documentos, chat, multimedia descargas, buscadores internos y externos.</p> <p>www.terra.com</p> |



|   |   |
|---|---|
| <b>Sitios institucionales, y corporativos</b> | <p>Páginas usadas para promocionar una empresa, servicio o institución.</p> <p><a href="http://www.utpl.edu.ec">www.utpl.edu.ec</a></p>   |
| <b>Sitios transaccionales</b>                 | <p>Páginas dirigidas a establecer algún tipo de intercambio comercial</p> <p><a href="http://www.amazone.com">www.amazone.com</a></p>   |
| <b>Comunidades virtuales</b>                  | <p>Sitios de personas que desean interactuar para satisfacer sus necesidades o llevar roles específicos.</p> <p><a href="http://www.cuencanos.com">www.cuencanos.com</a></p>  |
| <b>Blogs</b>                                  | <p>Es una especie de bitácora digital que se va actualizando periódicamente en donde se van recopilando artículos de uno o varios autores apareciendo siempre el más reciente y donde el autor cree publicar lo más pertinente.</p> <p><a href="http://Pablines8169.blogspot.com">Pablines8169.blogspot.com</a></p> |
| <b>Sitios Web 2.0</b>                         | <p>Son aquellos sitios donde los usuarios son los responsables de mantener la aplicación usando tecnología de última generación. Aquí están incluidas las redes sociales como twitter , facebook, youtube entre otras</p>   |

**Fuente:** Texto guía Diplomado en Comunicación Corporativa Modulo II Estrategias y Nuevas Tecnologías

En la actualidad las organizaciones tienen que estar al día en el uso de las tecnologías 2.0, ya que como ya se explicó, el cambio es rotundo con el ingreso de las empresas en la red, en base a estas herramientas se aumentan los consumidores e ingresos de las mismas, además que ahora las empresas tienen una relación más cercana con sus clientes, pues gracias al surgimiento de espacios como las redes sociales este acercamiento es más fácil.

Las empresas se abren un espacio en estos sitios con la creación de páginas donde además de darnos a conocer quiénes son, promocionan sus productos o servicios. Los clientes pueden dejar sus comentarios o sugerencias sobre un producto o servicio en estas páginas, con lo cual las organizaciones pueden de ante mano saber qué medidas tomar ante las diversas situaciones que se dan en el mercado y también sabrán como satisfacer las necesidades de sus clientes.

El cliente es el propio creador de su producto o servicio ya que gracias a las redes sociales, por ejemplo, las organizaciones no solamente pueden analizar los hábitos de consumo de los clientes sino también sus gustos, tendencias y formas de pensar, lo cual hace que las necesidades de los clientes sean cubiertas casi en un 100% y decimos casi porque siempre habrá algo que mejorar. Además recordar que un cliente satisfecho, gracias a las redes sociales, puede “recomendar” o simplemente comentar a millones de usuarios el producto o servicio de nuestra organización, lo mismo hará un cliente insatisfecho.

Este ha sido un pequeño panorama de la situación actual de las TIC's en el ámbito de la comunicación corporativa. Ahora veamos cual es la situación de las TIC's en nuestro país.

## **1.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS TIC's EN EL PAÍS**

En la actualidad, las nuevas tecnologías se han ido introduciendo en los diferentes países del mundo y el Ecuador no podía ser la excepción. Las nuevas tecnologías están dentro del sector de las telecomunicaciones, área que debido al desarrollo

tecnológico ha ido creciendo a pasos agigantados. Crecimiento que lamentablemente en nuestro país no ha sido el suficiente.

Hoy en día según datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos somos más de 13 millones de ecuatorianos, el problema es que menos del 50% de la población ecuatoriana ha tenido acceso a las nuevas tecnologías de la información, pese a que la nueva Constitución, aprobada en el año 2008, en el artículo 16 señala:

“Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.”<sup>11</sup>

Pese a esto, apenas el 41% de los ecuatorianos a tenido acceso a una computadora, de este porcentaje el 25.7 % ha tenido acceso a Internet. Las ciudades del país con mayor acceso a las nuevas tecnologías son Quito y Cuenca, esto según una encuesta realizada por el INEC en diciembre de 2008.

En el país existe una gran brecha tecnológica, uno de los principales factores es el económico. La situación económica de la población ecuatoriana no es la mejor y esto hace que no todos tengan acceso a los diferentes servicios considerados básicos y hoy en día las nuevas tecnologías deben ser consideradas como uno más de esos servicios.

Pero además existen otro tipo de problemas que dificultan el acceso de los ecuatorianos a las nuevas tecnologías como por ejemplo:

**Infraestructura insuficiente para el acceso.** Todavía existen en el país algunos sectores donde la conectividad es escasa y a veces nula, se debe impulsar proyectos para que la conectividad pueda llegar a estos sectores.

**Escaso número de Servidores de Internet por cada 1000 habitantes.** La banda de servidores para la conectividad todavía no es muy amplia lo cual causa problemas al utilizar el servicio de Internet.

**Escaso número de PC's al alcance de la comunidad.** Como ya se dijo no todos los ecuatorianos tienen acceso a una computadora.

---

<sup>11</sup> Constitución de la República del Ecuador. Asamblea Nacional Constituyente 2007 Pág. 25

**Diferencias marcadas entre zonas urbanas con respecto a zonas rurales.** Se mantiene la brecha entre lo urbano y lo rural, los factores económicos, políticos y sociales siguen manteniendo esta brecha.

Frente a esta problemática el Estado ecuatoriano debe buscar la manera de recortar esta brecha tecnológica, debe fomentar programas de conectividad y acceso a las nuevas tecnologías de la información. Pero antes debería tomar en cuenta los siguientes criterios:

**Tecnología apropiada.** Se debe buscar la tecnología adecuada para tener un acceso confiable y sin problemas de conectividad.

**Bajo costo.** El Estado Ecuatoriano debe revisar los costos de acceso a los nuevos sistemas de comunicación e información con el fin de que la mayoría de la población pueda acceder a los mismos.

**Generación de capacidades.** El acceso hacia las nuevas tecnologías por parte de la población ecuatoriana ayudará a la misma a adquirir nuevas habilidades y capacidades.

**Contenido relevante.** Debemos promover el buen uso de estas herramientas para que se puedan crear contenidos que sean útiles para todas las personas que utilizan estos recursos.

**Integración.** Las nuevas tecnologías pueden servir como una herramienta de integración entre la población ya que permiten a gran cantidad de personas comunicarse entre sí.

**Confianza.** Brindar un servicio de calidad ayudará a que los ciudadanos puedan confiar en el producto nacional.

**Marco legal y regulatorio.** Tiene que existir un marco legal que ayude a cumplir todos los puntos anteriores pues si se logra mejorar en gran medida estos puntos la brecha tecnológica en el país irá disminuyendo.

Como se puede observar la situación de las TIC's en nuestro país no es la mejor, aún falta mucho por hacer, los pocos pasos que se han dado para mejorar el panorama no

son suficientes, tendrá que pasar mucho tiempo para que la brecha tecnológica no sea tan grande.

Una de las acciones más importantes en este sentido son, por ejemplo, los programas que el Estado Ecuatoriano ha impulsado para aumentar la conectividad de la población dentro del país.

El Estado Ecuatoriano conjuntamente con la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (C.N.T) ha realizado campañas de conectividad en las zonas urbanas marginales de todo el territorio nacional dotando gratuitamente a las escuelas de estos sectores de computadoras y del servicio de banda ancha.

Este tipo de acciones son fundamentales para poder disminuir la brecha digital existente en el país, también hay que destacar el hecho de que estas acciones se dan en el ámbito educativo, pues ahora las nuevas tecnologías son una herramienta básica en el campo de la educación.

En este sentido hay que decir que las TIC's han mejorado los procesos de aprendizaje ya que tienen herramientas que son del agrado de los estudiantes y que además son de fácil comprensión y uso. Si se logra insertar de buena manera estos instrumentos en el ámbito educativo será más fácil que la sociedad se familiarice con las tecnologías 2.0.

Una sociedad que se educa, se forma, y está al día con los nuevos procesos de modernización tecnológica es una sociedad que aportará de mejor manera al desarrollo de su nación, es por ello que el gobierno del Ecuador no debe descuidar el tema científico tecnológico y más bien debe seguir impulsando propuestas que ayuden a fortalecer la globalización.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN A INVESTIGAR**

#### **2.1. TIPO DE ENTIDAD, MISIÓN Y VISIÓN DE LA MISMA**

##### **TIPO DE ENTIDAD:**

La Universidad Internacional del Ecuador es una institución de educación superior en programas de pregrado y posgrado, con el objeto de impartir un conocimiento de calidad con principios y valores para formar profesionales capacitados y competitivos en el mercado laboral.

##### **MISIÓN<sup>12</sup>:**

“Brindar una educación de calidad internacional para una vida exitosa”.

##### **VISIÓN<sup>13</sup>:**

La Universidad Internacional del Ecuador tiene como Visión ser una de las mejores universidades de América Latina para el año 2015 y participar activamente en el proceso de integración continental.

##### **DECÁLOGO DE LA UIDE<sup>14</sup>:**

La comunidad universitaria debe:

- Luchar a favor de la paz, la libertad y la democracia.
- Fomentar el desarrollo de instituciones confiables en Ecuador y América Latina.
- Contribuir a crear una visión de futuro del País y de la persona.

---

<sup>12</sup> Página Web Universidad Internacional del Ecuador (En línea) Disponible en <http://www.uide.edu.ec/2009/UIDE/index.php> (Consulta 15 - 09-2010)

<sup>13</sup> Ídem.

<sup>14</sup> Ídem.

- Formar emprendedores. Impulsar la creatividad, innovación y la iniciativa empresarial.
- Respetar el derecho ajeno y la Ley.
- Luchar por la seguridad jurídica en Ecuador y América Latina.
- Promover la ética y la lucha contra la corrupción.
- Desarrollar el sentido de solidaridad.
- Reconocer los méritos ajenos.
- Promover el trabajo productivo.

### **PENTÁLOGO DE LA UIDE<sup>15</sup>:**

El estudiante debe:

- Aprender a aprender: adquirir hábitos de lectura, estudio e investigación.
- Vivir con valores.
- Ser proactivo, positivo (Ejemplo: saluda antes que te saluden, sonríe, eleva tu autoestima).
- Dominar el idioma español y tener suficiencia en el idioma inglés o en una segunda lengua y en informática.
- Ser corresponsable de su formación: compromiso de estudio, puntualidad, responsabilidad y ética.

## **2.2. HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

“La Universidad Internacional del Ecuador debe su existencia, en primer lugar, a una visionaria decisión del humanista Don Jorge Fernández, educador, escritor, periodista y diplomático quien, luego de realizar una profunda reflexión sobre el Ecuador y el futuro, a la luz del desarrollo de otros países y de las nuevas tendencias socioculturales del

---

<sup>15</sup> Página Web Universidad Internacional del Ecuador (En línea) Disponible en <http://www.uide.edu.ec/2009/UIDE/index.php> (Consulta 15 - 09-2010).

mundo contemporáneo, descubre en la educación un camino de esperanza, que será parte de su misión personal de educador y de promotor educativo. Su mayor ilusión fue fundar una universidad que, salvando los valores perennes del libre pensamiento y la autonomía, del conocimiento universal y sentido humanístico, incorpore, a su haber, los avances científicos, tecnológicos, económicos, políticos y ecológicos de la Era del Conocimiento y de la internacionalización. Lamentablemente, fallece el 21 de octubre de 1979, su hijo Marcelo Fernández Sánchez toma la estafeta de su padre y con igual creatividad y perseverancia, se consagra hacer realidad ese sueño. Trabaja en organismos internacionales con sede en Washington y Viena, período en el cual establece importantes contactos con universidades de Estados Unidos y Europa, especialmente con la Universidad de Harvard”.<sup>16</sup>

“En 1989, se constituyó la Fundación “Jorge Fernández” y el 21 de octubre de 1992, comenzó sus labores la UIDE, con la autorización del Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas (CONUEP), en instalaciones arrendadas al Colegio San Gabriel, con la asistencia de veinte estudiantes, luego la UIDE prosiguió sus actividades en la casona de la familia Sánchez Caamaño, ubicada en la avenida Colombia y Pasaje Solano, declarada Patrimonio Cultural, actualmente allí funciona la sede de Educación a Distancia”<sup>17</sup>.

En fecha emblemática, la conmemoración del natalicio del Libertador Simón Bolívar, el Congreso Nacional aprobó la Ley de creación de la UIDE, el 24 de julio de 1996, que fue publicada a fines del mes siguiente en el Registro Oficial.

A partir de su aprobación definitiva, la Universidad Internacional del Ecuador fue ampliando y diversificando sus programas de licenciaturas, maestría y capacitación, así como centro de investigación, y crea la extensión en la ciudad de Loja. Pone especial dedicación en la relación con las más importantes universidades del mundo, como es el caso del flujo de profesores visitantes, procedentes de la Universidad de Harvard, el análisis y divulgación de los sistemas de Calidad Total, la integración de ciencia y

---

<sup>16</sup> Corporación Ecuatoriana de Universidades Particulares (CEUPA), *Las Universidades Particulares del Ecuador*, Edición 2008.

<sup>17</sup> Barriga, F. (2010). *Historia de la Universidad Internacional del Ecuador*. Fénix Comunicaciones.



tecnología con las humanidades, la colaboración con las universidades ecuatorianas, principalmente con las agrupadas en la Corporación Ecuatoriana de Universidades Particulares (CEUPA). Es miembro además de diversas organizaciones universitarias latinoamericanas como son: La Asociación de Universidades Colombo – Ecuatorianas (AUCE), la Asociación de Universidades de América Latina y el Caribe para la Integración (AUALCPI) y la Red de Universidades de Latinoamérica.

Paulatinamente, incorpora significativos recursos bibliográficos y tecnológicos. Cuida de la infraestructura administrativa y de la atención al desarrollo integral de los estudiantes, creando la oficina de Bienestar Universitario, gimnasio, dispensario médico, espacios deportivos, dentro de las limitaciones de un campus urbano. En 1995, la Universidad se traslada al conjunto de seis edificios o casas, junto al Colegio 24 de Mayo, que está en las calles Abascal, Portete, Angélica Carrillo y Noriega. Alcanza un alumnado de alrededor de mil quinientas personas, cupo máximo de sus instalaciones físicas.

En el 2003, fueron adquiridas 38 hectáreas, entre los valles de Cumbayá y Los Chillos, en este escenario entre bosques y jardines bien cuidados se levantan más de 12.000 m<sup>2</sup> de construcción distribuidos en edificios de varios pisos, que contienen aulas, oficinas administrativas, dormitorios para estudiantes residentes o catedráticos visitantes, comedores, salones de conferencias, centro de investigación, modernos auditorios con capacidad para 1200 personas, biblioteca, laboratorios, entre otras instalaciones. Esta infraestructura, es lo primero que ve el visitante, lo cual ocasiona grata impresión y revela la escrupulosidad de los estudios que allí se llevan a cabo, lo que se comprueba al conocer el desenvolvimiento pedagógico y administrativo de la UIDE.

A lo anotado, tienen que añadirse dilatadas áreas de descanso, que invitan a la meditación, al estudio y a tareas recreacionales, como practicar múltiples deportes: equitación, golf, fútbol, básquetbol, voleibol, artes marciales, gimnasia, etc. Todo este complejo educativo está conectado a Internet con fibra óptica y sistema inalámbrico. Habiendo funcionado el campus desde el 2005, oficialmente se inauguró el 28 de marzo del 2007, en solemne acto que estuvo presidido por el General Paco Moncayo, Alcalde

Metropolitano de Quito, en esa época, cuyo Ilustre Consejo expidió ordenanza, mediante la cual se designó con el nombre de Jorge Fernández Salazar a la avenida de ingreso al campus, que se inicia en la conexión con la avenida Oriental. Esta designación también la efectuó el Congreso Nacional.

En la actualidad cuenta con 27 carreras en la modalidad presencial, una en semipresencial y seis carreras en la modalidad a distancia, además de tres extensiones en la ciudades de Loja, Guayaquil y en las Islas Galápagos.

## **CARRERAS DE LA UIDE:**

### **MODALIDAD PRESENCIAL**

Agronegocios

Arquitectura

Biología Ambiental (Biología Roja)

Biología Marina (Biología Azul)

Ciencia Política y Gobierno

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Comunicación Política

Derecho

Diplomacia y Relaciones Internacionales

Diseño de Interiores

Gastronomía

Hotelería

Informática y Multimedia

Ingeniería Comercial

Ingeniería en Electrónica Automotriz

Ingeniería en Marketing

Ingeniería en Mecánica Automotriz

Ingeniería en Mecatrónica

Ingeniería en Negocios Internacionales

Ingeniería en Redes y Telecomunicaciones

Medicina  
Nutriología  
Odontología  
Periodismo  
Psicología  
Publicidad y Diseño Gráfico  
Turismo y Medio Ambiente

### **MODALIDAD SEMI-PRESENCIAL**

Ingeniería en Gestión de Riesgo y Emergencias

### **MODALIDAD A DISTANCIA**

Ingeniería en Negocios Internacionales  
Ingeniería Comercial  
Licenciatura en Comunicación  
Ingeniería en Mercadotecnia  
Ingeniería en Finanzas Internacionales  
Ingeniería en Contabilidad y Auditoría

### **POSGRADOS**

MBA en Dirección Estratégica  
Negocios Internacionales  
Marketing

**Fuente:** Página Web Universidad Internacional del Ecuador (En línea) Disponible en <http://www.uide.edu.ec/2009/FACULTADES-Y-ESCUELAS/facultades.php> (Consulta 18 - 09-2010)

#### **2.2.1 ¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDA?**

Pregrado: está dirigida a bachilleres, quienes deben aprobar un proceso de admisión, de nivel económico medio, medio alto y alto.

Posgrado: profesionales con un alto nivel de preparación académica, de nivel económico medio, medio alto y alto.

### **2.2.2 ¿QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN REALIZA?**

Realiza comunicación interna y externa, comunicación circular (role- talking), comunicación organizacional directa, mediada, interpersonal, masiva, verbal y escrita.

En comunicación externa utilizan soportes promocionales, atención telefónica, seminarios, congresos, participación en ferias de universidades, visitas a colegios, patrocinios, comunicados de prensa, conferencias de prensa, visitas guiadas al campus de la universidad, página Web, etc.

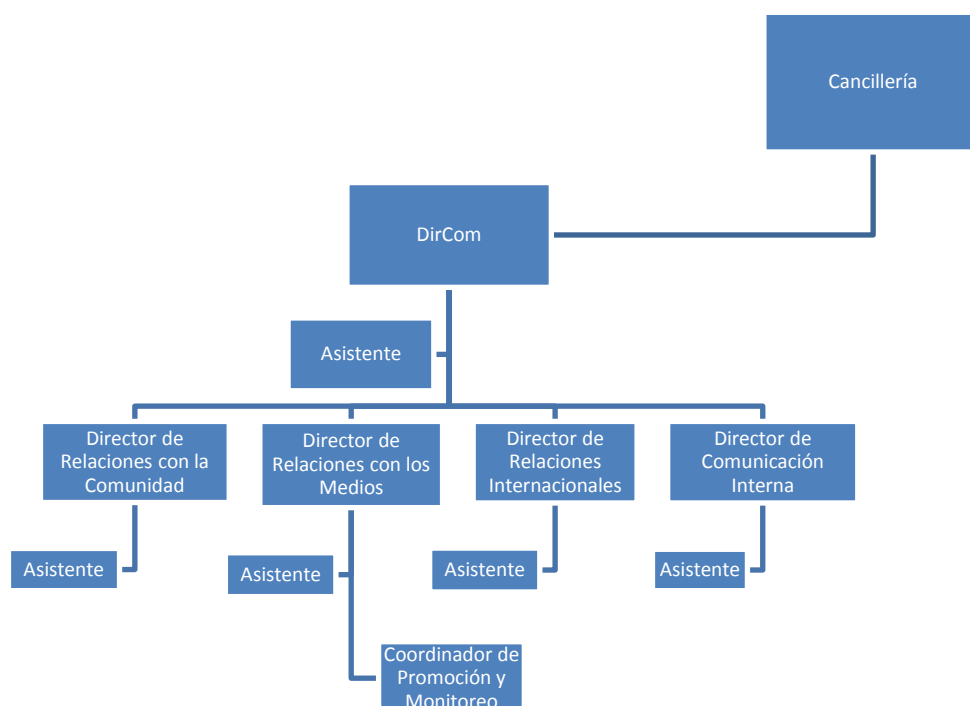
En comunicación interna realizan reuniones semanales con todo el personal, reuniones informativas, boletines electrónicos, circulares, comidas de trabajo, intranet, publicaciones especiales, cartelera de anuncios, correos electrónicos, etc.

### **2.3. CÓMO SE ENCUENTRA ESTRUCTURADO EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN SELECCIONADA.**

El Departamento de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador está estructurado de la siguiente manera:

## CUADRO N° 2

### ORGANIGRAMA DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE LA UIDE



**Fuente:** Organigrama Estructural del Departamento de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador. Ing. Natalia Cañar, Jefe de Recursos Humanos.

**DirCom (Director de Comunicación):** Encargado del diseño y de dirigir la ejecución de los planes de comunicación. Es el portavoz de la institución junto con el Rector (Canciller), refuerza la imagen del Rector y colabora estrechamente en el mejoramiento de las relaciones institucionales al más alto nivel. Es el encargado de dirigir la política y las estrategias de comunicación interna (junto con Recursos Humanos) y externa.

Apoya como consultor en materia de comunicación a los distintos departamentos y Facultades de la Universidad. Responde directamente al Rector de la Universidad. Colaboran con el Director de Comunicación, el Director de Relaciones con la

Comunidad, el Director de Relaciones con los Medios, el Director de Relaciones Internacionales y el Director de Comunicación Interna.

**Director de Relaciones con la Comunidad:** Encargado de fomentar las relaciones de la Universidad con la comunidad, de investigar los principales requerimientos de la sociedad y proponer planes y programas para contribuir con esas demandas. Mantiene también el contacto con ex alumnos de la Universidad.

**Director de Relaciones con los Medios:** Diseña y ejecuta las acciones de relaciones informativas, proporciona a los medios de comunicación, información y noticias relevantes de la Universidad. Redacta notas de prensa. Trabaja conjuntamente con este departamento el Coordinador de Promoción y Monitoreo.

**Coordinador de Promoción y Monitoreo (CPM):** Selecciona material de información de interés para la Universidad, apoyo al Departamento de Marketing y Publicidad en la producción de publicaciones. Coordina también los actos de promoción como ruedas de prensa, presentaciones de libros, campañas internas de valores y académicas, semana cultural, graduaciones, congresos, casas abiertas, etc.

**Director de Relaciones Internacionales:** Encargado del programa de intercambio internacional de estudiantes, académicos y administrativos. Colabora y gestiona los convenios con universidades del mundo, promoviendo programas conjuntos académicos y de investigación. Difunde a nivel internacional los programas y proyectos de la UIDE.

#### **Visión y Misión del Departamento de Relaciones Internacionales de la UIDE:**

**Visión:** Buscar una real movilidad y conectividad de los académicos, estudiantes y administrativos con otras universidades del mundo; para elevar el nivel educativo y /o profesional de los graduandos. Y ser la universidad líder en el Ecuador, en movilidad.

**Misión:** Contactar con las diferentes redes universitarias a nivel continental y extra continental, en donde se maneje el tema de movilidad como parte del pensum universitario.

**Director de Comunicación Interna:** Gestiona la comunicación interna de la Universidad de manera multidireccional y transversal.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Página Web Universidad Internacional del Ecuador. (En línea). Disponible en <http://www.uide.edu.ec/2009/RELACIONES-INTERNACIONALES/index.php> (Consulta 28-09-2010)

## **CAPÍTULO III**

### **USO DE LAS TIC'S EN LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

#### **3.1. COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

La Universidad Internacional del Ecuador realiza una comunicación circular, individual, masiva, mediada, directa, verbal, escrita, interna y externa, el principal objetivo, en materia de comunicación, es que la información llegue de manera correcta y clara a cada uno de los receptores como son sus alumnos, docentes, directivos, autoridades y la sociedad en general.

#### **Comunicación Interna y Externa de la UIDE:**

Para su comunicación interna, es decir, con sus alumnos, docentes, padres de familia y autoridades, está utilizando el correo electrónico, este medio les permite difundir sobre proyectos, eventos, ferias, noticias, campañas, sea de una facultad específica o de toda la universidad.

Mediante el correo, la UIDE recibe comentarios, lo que le permite tener una comunicación de ida y vuelta existiendo una retroalimentación.

Los docentes cuentan con intranet para una comunicación interna con las autoridades, profesores de otras facultades, áreas administrativas, etc., por este medio ellos conocen de temas como plazos de entrega de notas de trabajos, exámenes, horarios de pruebas o cambios que realice las autoridades en temas que son de interés únicamente de los profesores, este tipo de información es enviada por un encargado de la facultad más no por un área específica de comunicación.



Por otro lado el departamento de Recursos Humanos de la Universidad Internacional del Ecuador, dirigida por la Ingeniera Natalia Cañar, es la encargada de informar a los docentes sobre las normas, valores, cursos, eventos, etc.

Cuenta con tabloneros de anuncios en cada una de las facultades en donde colocan notas y avisos sobre noticias de interés de la facultad como seminarios, cursos que promueve la universidad u otras instituciones educativas. Estas son constantemente actualizadas por los docentes y alumnos.

La facultad de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la universidad realiza videos como proyectos en ciertas materias, las mismas que tienen un objetivo de comunicación interna, son videos sobre eventos que realiza la universidad o en las que participa, temas de interés de todos los alumnos como son delincuencia, drogas, medio ambiente, etc., los mismos que son presentados en el auditorio de la universidad o subidos al Facebook.

La Universidad Internacional del Ecuador, cuenta con una página web de diseño innovador y dinámico que permite una comunicación masiva entre alumnos, docentes, autoridades y público en general, contribuyendo a la comunicación interna y externa.

## CUADRO N°3

### PÁGINA WEB DE LA UIDE



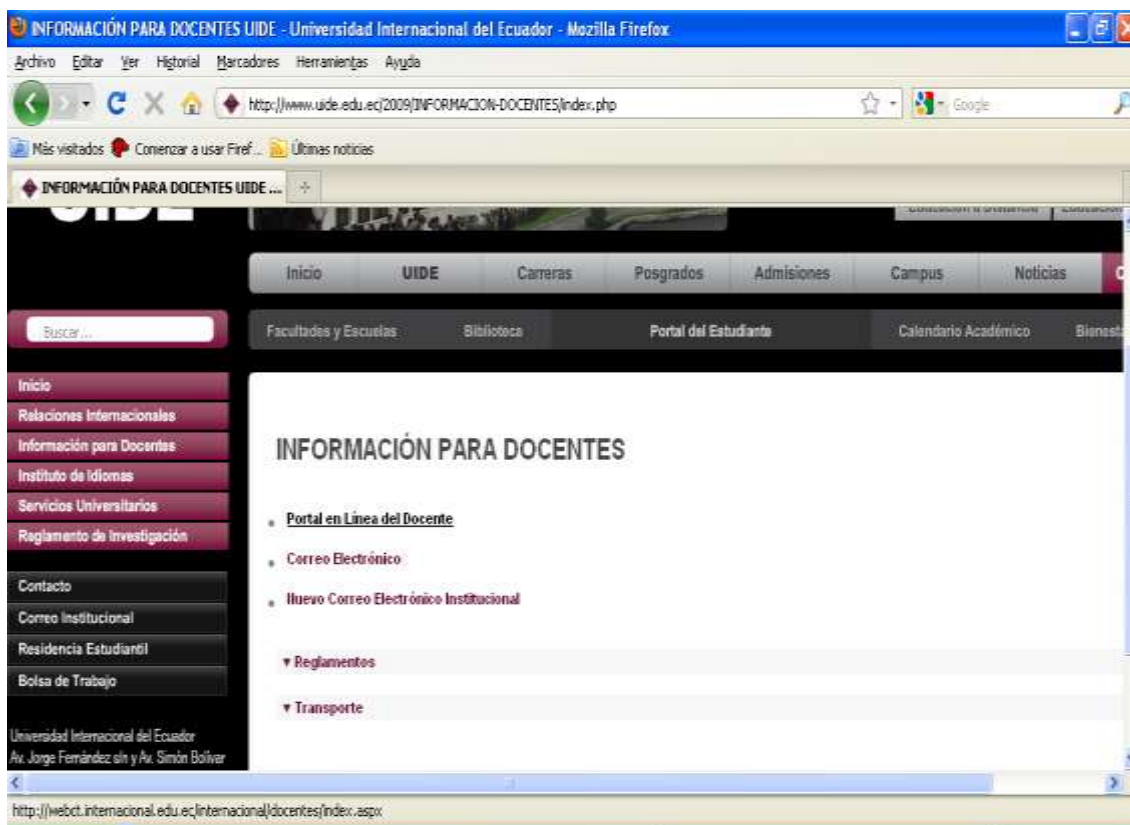
Fuente: <http://www.uide.edu.ec>

La página web como comunicación externa es una carta electrónica de presentación para sus clientes actuales (alumnos) como para sus posibles clientes y comunidad en general, esta página posee un video e información sobre su campus, carreras, posgrados, historia, valores, objetivos, misión, noticias, seminarios, etc., la cual da a conocer su imagen universitaria.

Para el ingreso interno a esta página se da a cada uno de los estudiantes y docentes un login, de esta manera pueden obtener información de cada una de sus materias, sean trabajos, proyectos, notas, avisos importantes, envío y recepción de tareas, etc., es un medio en el cual permite una retroalimentación constante y estos resultados da la oportunidad a la universidad de evaluar permanentemente e ir mejorando, utilizando los medio tecnológicos que permita una mejor comunicación.

# CUADRO N° 4

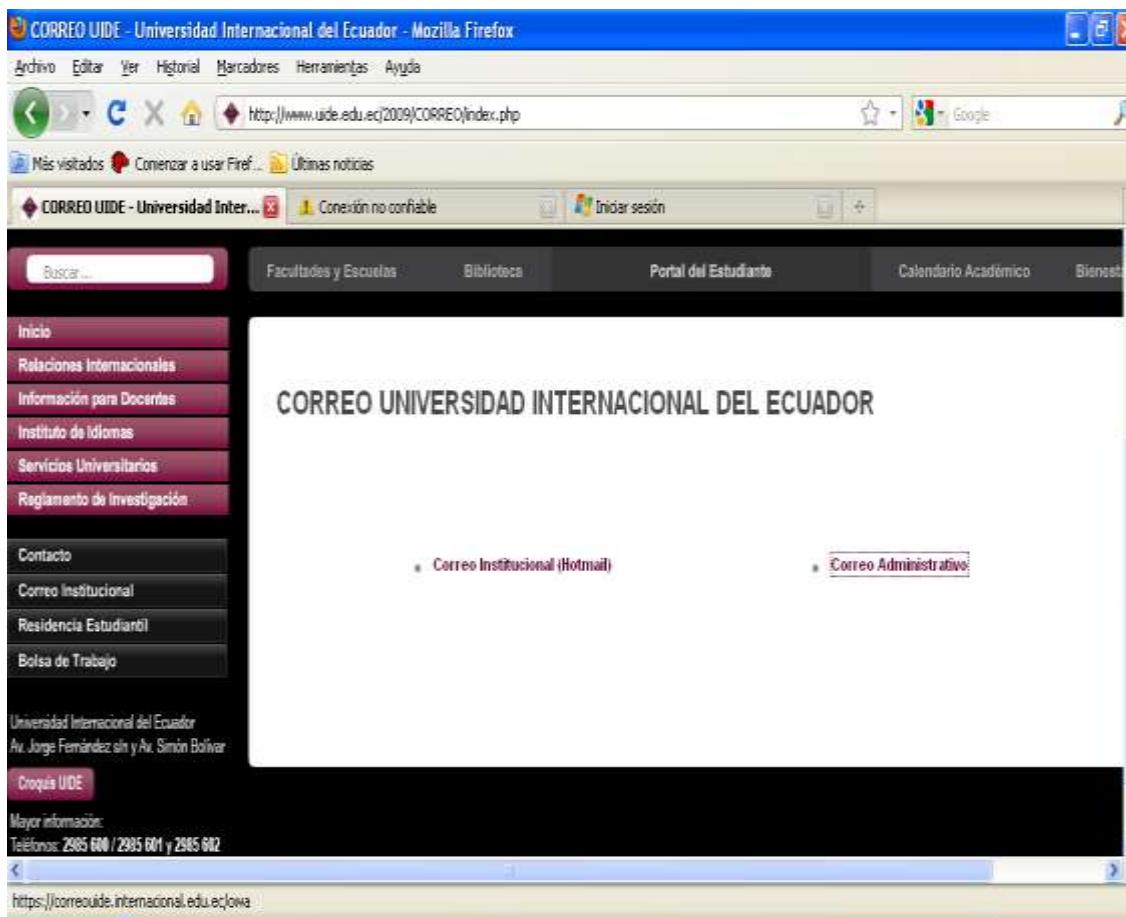
## INFORMACIÓN PARA DOCENTES



Fuente: <http://www.uide.edu.ec>

## CUADRO N° 5

### CORREO INSTITUCIONAL



Fuente: <http://www.uide.edu.ec>

La Universidad Internacional del Ecuador inició con un departamento de Marketing en donde colaboraban ocho personas pero con el cambio de campus y el crecimiento se vio obligado a reestructurar y cambió su denominación a Dirección de Comunicación Institucional, con los departamentos implícitos de Promoción, Relaciones Públicas e Información de Carreras, Publicidad y Audiovisuales.

Las funciones de esta área es ejecutar planes de promoción e información de carreras de pregrado y programas de posgrado, supervisar el diseño y manejo de la imagen corporativa de la universidad, mantener una buena imagen de calidad de cada una de las facultades y de la universidad en sí, tanto interna como externamente.

La UIDE considera que quizá más importante es la imagen interna que la externa, ya que son los aproximadamente 2000 estudiantes de la universidad los que hablan con varias personas y comentan sobre la satisfacción o insatisfacción, que cambia de acuerdo con diferentes variables, que va desde el tema académico hasta la atención a los estudiantes.

La universidad en cuanto a Promoción e Información, que está dentro del área de Dirección de Comunicación, tiene como responsabilidad la atención a todos los clientes nuevos y padres de familia que visitan, llaman o escriben vía correo electrónico, pidiendo información de carreras de pregrado y posgrado.

Planifica visitas al campus para estudiantes y representantes estudiantiles que desean conocer sobre la universidad, realiza visitas a colegios dentro y fuera de la ciudad de Quito, participa en centros feriales, realiza charlas de promoción de las carreras de pregrado, envía cartas personalizadas a los estudiantes que solicitaron información.

El área audiovisual y de publicidad atiende los requerimientos de todas las facultades y áreas administrativas ya sea para material impreso, mailing, o artes para prensa y revistas, elabora y presenta materiales audiovisuales, videos, grabaciones, filmaciones, fotografías y presentaciones digitales tanto para uso interno como externo.

El área Web se dedica a prestar el servicio requerido por todas las facultades y carreras sobre cursos, posgrados, seminarios y eventos, tanto académicos como administrativos: envía información a estudiantes a través de mail tanto dirigidos como masivos, actualmente cuenta con una base de datos de 125.000 personas.

Para concluir es importante recalcar que la universidad emplea también medios tradicionales de comunicación externa, como es radio, prensa, televisión, afiches, flyres, todo esto con mayor intensidad cuando las instituciones educativas están terminando clases y están por salir los nuevos graduados de los colegios, para dar la mayor información posible por lo que cada área antes indicada tiene sus tareas definidas y así contribuir con el objetivo planteado por sus autoridades.

### **3.2. HERRAMIENTAS WEB 2.0 QUE UTILIZA LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

La Universidad Internacional del Ecuador con el fin de difundir información a su público interno, externo y sociedad en general, tiene presencia en la web 2.0, esta herramienta le ha permitido difundir de manera masiva y de una forma más ágil la información.

La web 2.0 es una web social ya que la base de esta son los usuarios, en el caso de la UIDE, su público son los alumnos actuales, docentes, directivos, padres de familia y alumnos interesados en estudios de pregrado y posgrado, sin estos usuarios no podría existir un sistema como este.

Mediante esta herramienta se puede compartir todo tipo de información, desde vídeos o imágenes a presentaciones o archivos de texto, o incluso tener todo on-line, además de simplemente compartir esta información, se puede opinar, votar, ponerla en una categoría, la universidad conociendo de sus ventajas que proporciona en la comunicación lo usa en todos sus ámbitos, tanto administrativos como educativos.

La UIDE considera que las nuevas tecnologías implican innovar las relaciones dinámicas entre los educadores y los estudiantes con modalidades virtuales, la educación a distancia, las teleconferencias, los trabajos e instrucciones por Internet, con lo cual el alumno se incorpora a los beneficios de la globalización y con responsabilidad accede al amplio universo de conocimientos que ofrece la web 2.0.

La universidad esta consiente que paulatinamente debe tener más presencia en la web 2.0, por ejemplo el uso de los blogs (o bitácoras) en donde tienen un espacio los estudiantes, padres, docentes y público en general para poner la información que desee, dar más ideas, o dar su opinión mediante los comentarios de todos los temas educativos y de interés colectivo.

Otra herramienta son los Wiki que sirven para crear páginas web de forma rápida y eficaz, además ofrece gran libertad a los usuarios, incluso para aquellos que no tienen

mucho conocimiento de informática ni programación, permite de forma muy sencilla incluir textos, hipertextos, documentos digitales, enlaces y demás.

La Universidad Internacional del Ecuador tiene presencia en redes sociales como Facebook, la misma que es utilizada para dar información sobre los cursos que imparten, eventos en los cuales participan, viajes o giras que realizan las facultades, comparten fotos entre los miembros de la universidad y quien esté interesado en recibir información de la universidad.

## CUADRO N° 6 FACEBOOK DE LA UIDE



Fuente:

[http://www.facebook.com/pages/Quito-Ecuador/UNIVERSIDAD-INTERNACIONAL-DEL-ECUADOR/269032458196?ref=ts&\\_\\_a=9&](http://www.facebook.com/pages/Quito-Ecuador/UNIVERSIDAD-INTERNACIONAL-DEL-ECUADOR/269032458196?ref=ts&__a=9&)

La UIDE utiliza la Web 2.0 de manera diaria, ya que tiene actualizaciones permanentes para mantener una adecuada transmisión de información interna y externa y así llegar a su objetivo de lograr una eficiente comunicación.

La universidad usa plataformas acorde a los avances tecnológicos para impartir las materias a sus diferentes facultades, esta es diseñada en plataforma web 2.0. E-learnig, ayuda principalmente como modalidad de aprendizaje a distancia o virtual, donde se puede interactuar con los profesores por medio de Internet. El alumno puede manejar los horarios, es un medio completamente autónomo. Constituye una propuesta de formación que contempla su implementación predominantemente mediante Internet, haciendo uso de los servicios y herramientas que esta tecnología provee.

## CUADRO N° 7 CAMPUS VIRTUAL



Por último utilizan dentro del portal web un Sistema de Noticias que permite a los usuarios realizar comentarios en cada noticia que se publica y conocer la opción, comentarios y sugerencias de los estudiantes, padres de familia y la sociedad en general.



### **3.3. TIPO DE CONTENIDOS DIFUNDIDOS A TRAVÉS DE HERRAMIENTAS WEB 2.0**

La Universidad Internacional del Ecuador utiliza las herramientas Web 2.0 para comunicar a los estudiantes actuales, docentes, autoridades y sociedad en general que esté interesado en obtener información, noticias, admisiones, oferta académica de Pregrado y Posgrado, cursos, eventos, seminarios e información en general.

Al hablar de la Web 2.0 nos referimos a las redes sociales las mismas que contribuyen a una interacción social, permite el intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones, es un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades, intereses y problemáticas.

La UIDE tiene presencia en Facebook, los estudiantes, docentes y administrativos utilizan para intercambiar información, ideas y comentarios entre facultades de pregrado y posgrados.

## CUADRO N° 8

### FACEBOOK DE LA UIDE (ESCUELA NUTRIOLOGÍA)



Fuente: <http://www.facebook.com/people/Nutriologia-Uide/1235083127?ref=search#!/universidadinternacional>

En la universidad existen compañeros de clases que forman grupos de amigos en el Facebook, en las que comparten información masiva, por ejemplo, cuando no hay alguna clase de una materia, se evitan de llamadas telefónicas o de mails para avisar, tan solo publican en el muro del grupo e informa a todos.

También se utiliza como recordatorio de exámenes, trabajos prácticos, y otras agendas comunes que comparte el grupo. Además comparten resúmenes e información sobre la clase que se tuvo un día específico.

Los integrantes también utilizan esta herramienta para compartir información social, fotografías, videos de eventos, fiestas, paseos, seminarios, graduaciones, etc. y hasta información personal ya que es una red que pueden acceder todos los cibernautas, hay ocasiones en que aceptan a otras personas que no son de su grupo pero comparten información de interés mutuo.

A continuación se adjunta la página de Facebook que actualmente está en la red en donde se coloca una variedad de información.

## CUADRO N° 9

### FACEBOOK DE LA UIDE (ESCUELAS GASTRONOMÍA Y COMUNICACIÓN)

 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR CURSOS DE GASTRONOMÍA  
EN LA UIDE: Curso de Cocina Francesa Fusión, Curso de Cocina Peruana  
Miniatura, Curso de Sánduches.



 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR La Facultad de Ciencias  
Sociales y Comunicación adquiere equipos de última generación:



 El 25 de agosto a las 14:32 · Compartir

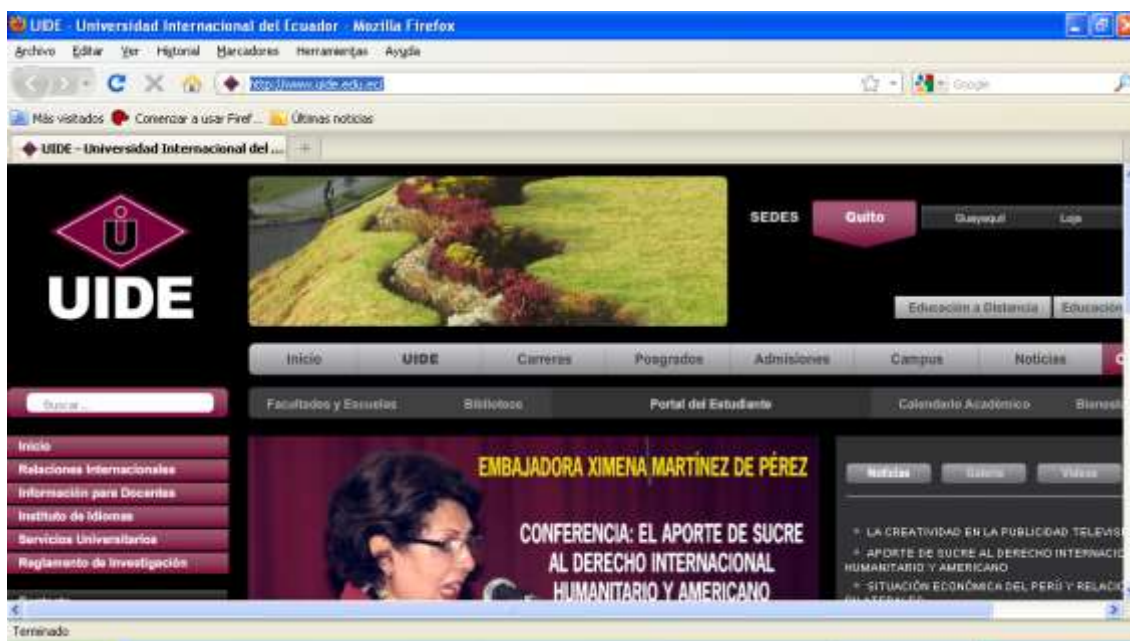
 A 2 personas les gusta esto.

Actualmente la Universidad Internacional del Ecuador cuenta en Facebook, con aproximadamente 150 seguidores, tiene 100 enlaces relacionados con noticias de interés social.

La UIDE, como se comentó anteriormente, cuenta también con una página web institucional, (<http://www.uide.edu.ec>) en ella puede encontrar de manera dinámica

toda la información de la universidad, misión, visión, campus, carreras, acceso a becas, noticias, admisiones, etc.

## CUADRO N° 10 PORTAL WEB



Fuente: <http://www.uide.edu.ec>

El feedback que obtiene la universidad por medio de estas herramientas contribuye a que cada día se mejore la comunicación ya que existen comentarios y sugerencias que son tomadas muy en cuenta por parte de la Dirección de Comunicación Institucional.

### 3.4. ESTRATEGIAS DE TIC'S EN COMUNICACIÓN QUE HAN RESULTADO EXITOSAS PARA LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

La Universidad Internacional de Ecuador considera que las TIC's han llegado a ser uno de los pilares básicos de la sociedad por lo tanto se ven obligados en ir incorporando nuevas herramientas en el proceso de educación y de comunicación interna y externa.

La UIDE considera que al incorporar nuevas tecnologías están haciendo que sus alumnos de posgrado y pregrado vayan conociendo estas grandes ventajas y así se vayan formando profesionalmente y puedan aplicar en su vida laboral y personal lo aprendido en las aulas.

Las aulas virtuales han ayudado a impartir cursos con universidades prestigiosas del mundo como Columbia y Harvard, actualmente con el Instituto de la Tierra de la Universidad de Columbia se ofrecen clases globales con estudiantes y docentes de dieciocho universidades del mundo.

La universidad Internacional del Ecuador, en el área de Dirección de Comunicación Institucional, (Promoción, Relaciones Públicas e Información de Carreras, Publicidad y Audiovisuales), se han planteado objetivos de comunicación con el fin de que la información que envían llegue de la manera más eficiente y así lograr con lo planteado.

La universidad considera que debe existir una contribución por parte de todas las áreas de la universidad, ya que no solo es un trabajo de un área específica, por lo tanto sus estrategias involucran a todos y la retroalimentación que usan en sus procesos de comunicación les ayuda para evaluar semestralmente si se llegó al objetivo.

Los medios tradicionales de comunicación para la universidad son importantes y consideran que es importante seguir usándolos, pero las TIC's son un medio digital en la cual también por medio de la web llegaran a sus públicos y lograrán sus objetivos.

La universidad plantea semestralmente metas y objetivos en cada uno de sus áreas de la Dirección de Comunicación Institucional (Promoción, Relaciones Públicas e Información de Carreras, Publicidad y Audiovisuales).

Continuamente van midiendo si sus estrategias y medios utilizados en el semestre anterior cumplieron sus objetivos y si no es así para el próximo semestre invierten y establecen nuevas estrategias para poder llegar a sus alumnos y futuros estudiantes.

### **3.5 FUTURAS PROYECCIONES A TRAVÉS DE INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN**

Internet no es un nuevo medio de comunicación, sino un nuevo canal a través del cual se transmite información de los medios de comunicación ya existentes, actualmente con Internet los medios de comunicación tradicionales (fundamentalmente: prensa escrita, radio y televisión) no encuentran la competencia de un nuevo medio, sino que se les abre la posibilidad de disponer de un nuevo canal para la difusión de las informaciones.

Gracias al Internet se cuenta con algunas peculiaridades extraordinarias, como por ejemplo: es un canal universal, es decir, un canal que soporta sin dificultad el tráfico de todos los medios de comunicación, es un canal multimedia, un canal omni funcional capaz de desempeñar funciones 'conectoras' (comunicaciones de uno a uno), funciones 'distribuidoras' (de uno a muchos) y funciones 'colectoras' (de muchos a uno); ello supone, entre otras cosas, que es un canal personalizable, es bidireccional, y, por consiguiente, interactivo; y por último es un canal de alcance prácticamente ilimitado, cuyo ámbito es mundial.

Con todo lo indicando y viendo las grandes ventajas del Internet, la Universidad Internacional del Ecuador en un corto y mediano plazo se plantea las siguientes proyecciones:

- Mayor interés y presencia en el manejo de las redes sociales, como son Facebook, Twitter, etc.
- Implementación de Blogs, donde docentes, autoridades y estudiantes (actuales y posibles) pueden compartir ideas, comentarios sobre temas específicos.
- Rediseño del aula virtual (Moodle) y del desarrollo de cursos de nivelación para estudiantes y talleres on line.

- Desarrollo de videos de la universidad sobre eventos, colaboración a la sociedad, proyectos que puedan estar disponibles en la red por medio del Youtube ya que actualmente no hay mayor información es esta red social.

## CUADRO N°11

### YOUTUBE DE LA UIDE



Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=Bssaw0V2QTc>

- ◆ En el portal web, la Universidad realizará ciertos cambios por ejemplo:
  - Está próxima a diseñar y desarrollar el nuevo portal web de la Universidad con la nueva imagen corporativa. El nuevo portal contará con nuevo contenido y aplicaciones.
  - Video de bienvenida por parte de cada Decano – Director de Facultad o Escuela. Esto servirá para que los estudiantes, padres de familia y potenciales estudiantes, reciban el mensaje de bienvenida de una forma más profesional, cálida y directa. Las autoridades de cada facultad expondrán en video las cualidades y diferenciadores de sus carreras.
  - Se creará un Blog Institucional con temas específicos. Toda la comunidad universitaria tendrá acceso a un sistema que permita colaborar en temas previamente planteados o, en su caso, plantear nuevos temas los cuales

permitan mejorar la comunicación y el vínculo que existe entre la universidad y la comunidad en general.

- Desarrollo de “RSS” que permitirá a los usuarios del sitio web y/o blog institucional, recibir diariamente, vía correo electrónico, un extracto de las noticias que se publican para generar interés y visitas al sitio web.
  
- ◆ Desarrollo de una Radio emisora por Internet. La Universidad tendrá su propia radio en formato web por lo que será accesible en cualquier lugar del mundo las 24 horas del día, los 365 días del año. La Facultad de Comunicación, sus estudiantes, y el Departamento de Comunicación, serán los entes generadores de contenidos para este nuevo proyecto.
  
- ◆ Comunicación basada en SMS para internet. Este sistema consiste en enviar automática y masivamente mensajes de texto, vía celular, la información sobre noticias, eventos y demás actividades que desarrolla la Universidad.



## CAPÍTULO IV

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

#### 4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

“Aprender del pasado, repensar el presente e imaginar el futuro”, *Antonio Ramón Bartolomé* (pionero de las TIC en Europa).

De los resultados obtenidos en la investigación se puede decir que a medida que han pasado los años vemos como las nuevas tecnologías se han apoderado de los seres humanos en tiempo y en espacio, los procesos sociales han ido evolucionando y todo se ha transformado desde la forma de relacionarnos, comunicarnos, educarnos, recrearnos, trabajar e inclusive nuestros hábitos de consumo.

Las nuevas tecnologías han simplificado todos estos procesos haciendo que todo se vuelva más fácil, pero el problema es que no todos los países del mundo se han adaptado de la misma forma a este cambio, un claro ejemplo de aquello son los países en vías de desarrollo y más específicamente el Ecuador.

La brecha digital entre los países de primer y tercer mundo se mantiene, existen factores de índole económica, política y social que ayudan a sostener esta brecha.

Los Estados en vías de desarrollo, conscientes de que el recorte de esta brecha es fundamental para su progreso, han enfocado sus esfuerzos para fortalecer ciertas áreas como es el caso de la educativa, pues se sabe que el conocimiento es la base del desarrollo.

Es así que al tomar a la Universidad Internacional del Ecuador como institución base para el desarrollo de este trabajo no solamente nos hemos dado cuenta que el papel de las universidades es contribuir al desarrollo del país, ya que el mundo dependerá cada vez más de la influencia de la ciencia y la tecnología en todas las actividades humanas,

sino también que las organizaciones hoy en día deben ir avanzando y adaptándose a estos cambios.

En el Ecuador las empresas ya están insertas en el uso de las TIC's en las estrategias de comunicación, cada día es más común encontrar banners publicitarios, páginas web, blogs, perfiles en redes sociales de carácter corporativo en la red.

En este sentido, la Universidad Internacional del Ecuador no ha sido la excepción, pues hemos visto que ha adoptado políticas que han cambiado y mejorado su calidad de enseñanza con el fin de ajustarse a las exigencias y oportunidades del mercado.

La UIDE busca aprovechar de mejor manera todas estas herramientas para poder mantener su marca bien posicionada en el mercado y también fortalecer y mejorar los procesos de comunicación interna y externa.

En relación a la situación de las nuevas tecnologías en nuestro país en general hemos visto que las mismas todavía están en proceso de desarrollo, por ejemplo no todos los ecuatorianos tienen acceso a un computador y peor aún al Internet pese a las campañas y programas realizados por el gobierno.

#### **4.2. RELACIONE LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON LAS EXPECTATIVAS DE TRABAJO SOBRE LAS TIC'S**

Al plantear el tema del uso de las tecnologías de la información en las organizaciones ecuatorianas se esperaba en primer lugar tener un panorama más amplio sobre la situación de las TIC's a nivel mundial y en nuestro país.

En segundo lugar se buscaba saber cuál es la realidad sobre el uso de las nuevas tecnologías en las organizaciones de nuestro país, conocer si los procesos de comunicación en las empresas toman en cuenta estas herramientas y también como ha mejorado dicho uso la reputación de las mismas en el mercado.

En conclusión las empresas de nuestro país están trabajando con nuevas tecnologías aunque todavía falta que ese trabajo sea un poco más sostenido y completo esto debido a que las TIC's en el Ecuador todavía están en proceso de desarrollo.

### **4.3. ANALIZAR LA SITUACIÓN EN CUANTO AL USO DE LAS TIC'S INCLUYENDO UNA PROYECCIÓN FUTURA**

Gracias a la globalización, los países desarrollados y muchos en vías de desarrollo, han demolido virtualmente sus fronteras y las organizaciones se vuelven más internacionales cada día, "China a pesar de tener la mayor población del mundo, con más de mil millones de habitantes, en la lógica simplista de muchos países, pudo haber cerrado sus fronteras para proteger su gigantesco mercado interno, pero hizo todo lo contrario, se abrió al mundo. Como consecuencia de esto se prevé que, en el 2050, Asia, con más de la mitad de la población mundial, representará el 40% de la economía del mundo"<sup>19</sup>.

Estamos viviendo cambios muy dramáticos y a una velocidad increíble, la Red es el instrumento más poderoso y formidable que hoy conoce la humanidad para recibir, enviar y ser partícipes de la información, la intangibilidad se vuelve más poderosa cada día. Y si estamos conscientes de estos cambios, también debemos estar conscientes de que debemos prepararnos para la Era en que vivimos.

IMAGINAR (Centro de Investigación para la Sociedad de la Información, el Conocimiento y la Innovación) ha realizado un estudio del estado de las TIC en el Ecuador (2008), en el que se analiza, entre otros aspectos, lo siguiente:

“Cuántos ecuatorianos somos:

Según el INEC:

- Ecuatorianos en Ecuador: 13'835.340 (agosto 2008)
- Ecuatorianos fuera de Ecuador: 1'571.450 (mayo 2008)

---

<sup>19</sup> Fernández, M. (2007). *La Era del Conocimiento*. Departamento de Comunicación UIDE. Quito - Ecuador

- Total de ecuatorianos: 15'406.790

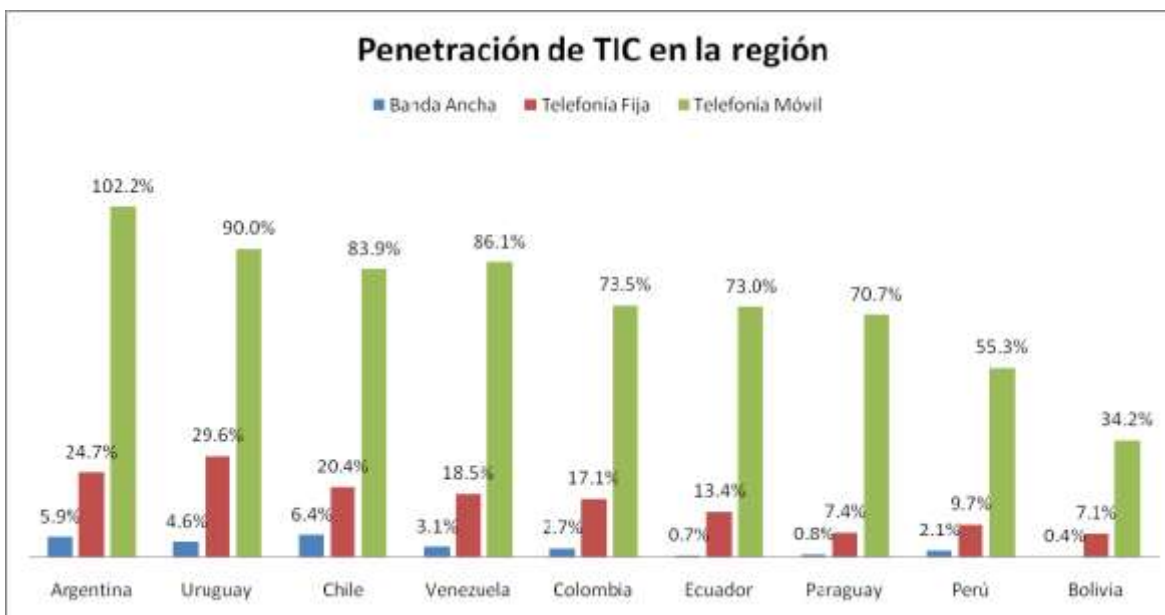
#### Acceso a las TIC:

- Televisores 80% Hogares
- Radio 90% Hogares
- Televisión por cable: 36% (Nov. 2006)

#### Acceso de los ecuatorianos a las “Nuevas” TIC:

- Telefonía celular 77%
- Computadoras 18%
- Telefonía fija 13%
- Internet 9%
- Banda Ancha 0.7%

## CUADRO N° 12 TIC EN LA REGIÓN



**Fuente:** [http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=51&Itemid=92](http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=51&Itemid=92)

### **Situación de las TIC en Ecuador:**

- Nuestro país está rezagado respecto al mundo e incluso en la región.
- Los niveles de acceso a telefonía fija, internet y computadores está por debajo del promedio regional.
- El acceso a la banda ancha es incipiente.
- Existe una brecha geográfica urbano-rural.
- Aún no se ha comprendido la importancia de las TIC en la educación, salud, trabajo, negocios, gobierno.
- No hay políticas de estado permanentes y claras.
- La construcción de políticas públicas no es participativa, ni toma en cuenta las necesidades de los involucrados<sup>20</sup>.

### **En el futuro se espera:**

- Que la tecnología siga evolucionando.
- Que los modelos de organizaciones sean nuevos, flexibles y se adapten fácilmente al cambio.
- El futuro estará en los intangibles.
- El consumidor se vuelve prosumidor, es decir creador y consumidor de información, están más informados, son más exigentes y pueden cambiar rápidamente de marca, producto o servicio e influenciar en sus seguidores, piden opiniones a otros usuarios, elogian, critican, exigen y hasta proponen mejoras a los productos que consumen.
- El Dr. Francisco Campos, comenta que “el siguiente paso es la gestión automatizada de las relaciones y comunicaciones. Es lo que se denomina como la Web 3.0, clasificación numérica que no significa más que el salto siguiente en la evolución de la World Wide Web. La Web 3.0 o Web semántica permite automatizar y acelerar la búsqueda de datos e información mediante inteligencia artificial, con el empleo de las llamadas folksonomías, ontologías y micro

---

<sup>20</sup>Carrión, H. El Estado de las TIC en Ecuador año 2008. Imaginar. (En línea) Disponible en: [http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=51&Itemid=92](http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=51&Itemid=92)

formatos, es decir, sistemas de clasificación y conceptualización mediante etiquetado ("tags") colaborativo. El perfeccionamiento y extensión de la web semántica permite búsquedas o gestiones inteligentes, conceptuales y contextuales"<sup>21</sup>.

- Es importante entender que esto no es una moda pasajera, es una nueva Era y tenemos que adaptarnos a los cambios que esto conlleva, no dejemos pasar las oportunidades que la tecnología nos ofrece.
- Para el Ecuador es un reto tomar las riendas de la incursión en las TIC's, en un artículo publicado por el Diario El Hoy, del 29 de abril del 2010, el Ministro de Telecomunicaciones, afirma que el Gobierno "seguirá invirtiendo en la implementación de redes e infraestructura", para lo que se utilizarán \$900 millones que saldrán del presupuesto del Estado. De ese monto, \$400 millones se han invertido ya, y \$300 millones se lo hizo a través de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP). "Estos recursos estarán destinados a dotar de Internet a 9 200 instituciones educativas de los sectores rurales y urbano marginales, meta que esperamos cumplir hasta el próximo año."<sup>22</sup>

#### **4.4. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

- La comunicación es una ciencia inter disciplinaria que ha ido evolucionando de manera constante y rápida. La sociedad tiene que irse adaptando paulatinamente a esta evolución para poder tener un desarrollo sostenido.
- Antes los medios tenían una característica de diferenciación, es decir solo sonidos, solo texto, solamente imágenes, con el apareamiento de las nuevas tecnologías y más comúnmente con lo que se conoce como la multimedia se puede unificar todos los medios en uno solo. Las TIC's permiten tener al mismo tiempo texto, imágenes y sonido.

---

<sup>21</sup> Campos, F. (2010). *Texto Guía. Gestión Empresarial. Gestión Empresarial y la Comunicación Corporativa*. Loja – Ecuador: UTPL

<sup>22</sup> Diario El Hoy. (En línea) Disponible en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-tics-ganan-popularidad-en-el-ecuador-405183.html> (consulta 20-10-2010)

- Medios de comunicación como el Internet no solamente nos permiten tener gran cantidad de información, sino también acortar distancias y lo más importante es que esto puede darse en tiempo real.
- Actualmente la sociedad es mas virtual ahora casi todo se hace por Internet el ordenador a dominado al hombre.
- Antes las empresas tenían procesos de comunicación más rígidos casi basados en la teoría del estímulo – respuesta, ahora con las nuevas tecnologías los procesos tienen más retroalimentación y el feed back entre los públicos es realmente importante.
- Antes las empresas buscaban al cliente ahora los clientes buscan a las empresas, esto se debe a que al estar las organizaciones y su marca en el ciberespacio el mercado es más amplio y por ende las opciones también.
- Todo es comunicación, todo comunica.
- En nuestro país las nuevas tecnologías están en pleno proceso de desarrollo.
- En las ciudades más grandes del Ecuador es donde más se nota este avance pues casi toda su población tiene acceso a estas herramientas, las conoce y de hecho sabe manejarlas.
- Las empresas ecuatorianas si conocen y usan las nuevas tecnologías de la información pero todavía les falta explotar más este recurso.
- En el país se está trabajando para el desarrollo de las nuevas tecnologías mediante el impulso de campañas que ayudan a que mas usuarios tengan acceso a Internet, esto ayudará a que la población se familiarice más con las nuevas tecnologías.

- El cambio es y será una constante y constante debe ser nuestra actualización y nuestra capacidad de adaptarnos a ese cambio y de integrarnos a las nuevas tendencias tecnológicas, seamos parte de esta gigantesca ola que ya no tiene vuelta atrás.
- En cuanto a la investigación que se realizó de la Universidad Internacional del Ecuador, se puede concluir que la gestión de comunicación externa se ha manejado adecuadamente, goza de reconocimiento público a nivel nacional e internacional especialmente por los convenios con universidades extranjeras, personajes de renombre como Premios Nobel que han sido invitados a la Universidad, además de las exitosas campañas de vinculación con la sociedad que ha realizado; sin embargo, existen deficiencias en la comunicación interna.

#### **4.5. RECOMENDACIONES.**

- Se recomienda siempre estar al día con los procesos y avances de la comunicación y las nuevas tecnologías.
- Hay que saber seleccionar la información de la Web, además debemos tener más cuidado con lo que publicamos en este espacio eso evitará problemas no solo a las empresas sino también a las personas.
- Las empresas antes de preocuparse por sacar un nuevo producto deben preocuparse primero por tener una buena relación con sus clientes esto es fundamental en este nuevo marco de desarrollo.
- Si decimos que todo comunica, las organizaciones deben tener cuidado a la hora de elaborar mensajes para lanzar y posicionar una marca o producto, las empresas deben cambiar la forma de ver a los usuarios no deben olvidar que dentro de este proceso son más activos y exigentes.
- El país debe invertir mayores recursos en el desarrollo de las TIC's.



- Se debe realizar una campaña masiva de expansión de las TIC's en todo el país para que la población aproveche las ventajas de estas herramientas tecnológicas.
- Lograr la visibilización de nuestras organizaciones en la red.
- El momento que una organización se hace visible, es importante gestionar la reputación online, ya que dejamos de ser los únicos que podemos referirnos u opinar sobre nuestra organización sino que todos podrán hacerlo, es la democratización del Internet.
- La era actual nos ofrece una variedad de posibilidades para llegar a nuestros clientes y sobre todo para fidelizarlos, lo principal es saber utilizar las herramientas tecnológicas que más le convenga a nuestra organización, conocer sobre el comportamiento humano, escuchar las conversaciones de nuestros clientes en la red y gestionar esa información para dar un servicio proactivo.
- Se recomendaría a la Universidad Internacional del Ecuador el fortalecimiento de su departamento de Comunicación, especialmente en el área interna; que se sigan incorporando las nuevas herramientas tecnológicas, con su adecuado monitoreo y gestión de esa información.
- Se sugiere también la contratación de un Community Manager.
- El rediseño de los sitios web desde el punto de vista de comunicación. La participación activa en las redes sociales, seleccionando las que mejor le convengan a la Universidad, escuchar las conversaciones de interés y aprovechar esa información. La creación de blogs educativos para difundir investigaciones relevantes y diseño de proyectos que contribuyan con la sociedad y despierten el interés de toda la comunidad universitaria, creando nuevas formas de aprendizaje.

## 5. BIBLIOGRAFIA

- Barbero, J.M.; Silva, A. (2004). *Proyectar la Comunicación*. Madrid – España. T y M Editores.
- Barriga, F. (2010). *Historia de la Universidad Internacional del Ecuador*. Fénix Comunicaciones.
- Campos, F. (2010). *Texto Guía. Gestión Empresarial. Gestión Empresarial y la Comunicación Corporativa*. Loja – Ecuador: UTPL 2010
- Castells, M. (2007) *Internet y la Sociedad Red*. Editorial Paídos. Madrid- España
- Carrión, H. El Estado de las TIC en Ecuador año 2008. Imaginar. (En línea)  
Disponible en:  
[http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=51&Itemid=92](http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=51&Itemid=92)
- Congreso Mundial de Tecnologías de la Información 2010
- Constitución de la República del Ecuador. (2007). Asamblea Nacional Constituyente
- Corporación Ecuatoriana de Universidades Particulares (CEUPA). (2008). *Las Universidades Particulares del Ecuador*.
- Diario El Hoy. (En línea) Disponible en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-tics-ganan-popularidad-en-el-ecuador-405183.html>
- Espinoza, C. (2010). *Texto Guía. Modulo II Estrategias y Nuevas Tecnologías*. Loja – Ecuador: UTPL 2010
- Fernández, M. (2007). *La Era del Conocimiento*. Departamento de Comunicación UIDE. Quito - Ecuador
- <http://www.uide.edu.ec/2009/UIDE/index.php>
- <http://www.uide.edu.ec/2009/FACULTADES-Y-ESCUELAS/facultades.php>
- <http://www.uide.edu.ec/2009/RELACIONES-INTERNACIONALES/index.php>
- <http://www.uide.edu.ec>
- [http://www.facebook.com/pages/Quito-Ecuador/UNIVERSIDAD-INTERNACIONAL-DEL-ECUADOR/269032458196?ref=ts&\\_\\_a=9&](http://www.facebook.com/pages/Quito-Ecuador/UNIVERSIDAD-INTERNACIONAL-DEL-ECUADOR/269032458196?ref=ts&__a=9&)

- <http://www.facebook.com/people/Nutriologia-Uide/1235083127?ref=search#!/universidadinternacional>
- <http://www.youtube.com/watch?v=Bssaw0V2QTc>
- [http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=51&Itemid=92](http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=51&Itemid=92)
- [http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=51&Itemid=92](http://www.senami.gov.ec/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=51&Itemid=92)
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-tics-ganan-popularidad-en-el-ecuador-405183.html>
- <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm>
- Krohling, M. (2003). *La Comunicación Interna y la Comunicación Administrativa*.
- López Vigil, I. (1997). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito Ecuador.
- Lucas Marín, A. (1997). *La Comunicación en la Empresa y en las Organizaciones*. Barcelona Bosch Comunicación.
- Mari Sáenz, V.M Globalización (2002). *Nuevas Tecnologías y Comunicación*. Madrid- España Ediciones de la Torre.
- Mendizábal, I.; Cucurella, L. (2003). *Comunicación en el Tercer Milenio*. Ediciones Abya Yala Quito – Ecuador.
- Página Web Universidad Internacional del Ecuador (En línea) Disponible en <http://www.uide.edu.ec/2009/UIDE/index.php>
- Redames, M.; Hernández, P.; Vicedo, L. (2004). *La Información a través del Tiempo*. Editorial Paídos.
- Universidad Internacional del Ecuador. (2008). *Una Visión del Ecuador en la Era del Conocimiento*. Editorial Ecuador.

## **6. ANEXOS**

Folletos de la Universidad Internacional del Ecuador