



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E
INFORMÁTICA.**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA EL
SEGUIMIENTO A GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN
SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERÍODO 2014-2017,
EN LA CIUDAD DE GUARANDA.**

AUTORA:

DIANA GABRIELA SALTOS FLORES

DIRECTOR:

LIC. MARCELO BARRIGA, MSC

PARES ACADÉMICOS:

LIC. DANILLO EDUARDO VILLAROEL SILVA, MSC,

LIC. JOSE BLADIMIR GUARNIZO DELGADO, MSC.

GUARANDA –ECUADOR

AÑO 2018.

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

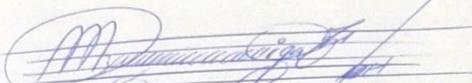
A quien interese:

MGS. MARCELO BARRIGA , DOCENTE DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN,

CERTIFICA:

Que el presente Proyecto de Investigación titulado: **DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA EL SEGUIMIENTO A GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERÍODO 2014-2017, EN LA CIUDAD DE GUARANDA.** De autoría de DIANA GABRIELA SALTOS FLORES, estudiante de la carrera de Comunicación Social, reúne todos los requisitos correspondientes a las establecidas en el reglamento de titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, por lo tanto, faculto a su autora, para que continúe con los trámites legales pertinentes.

Guaranda 10 de octubre del año 2018.



Lic. Marcelo Gustavo Barriga Tamay, Mgs

DIRECTOR

AUTORIA DEL TRABAJO



AUTORÍA DEL TRABAJO.

Yo/ Diana Gabriela Saltos Flores, en calidad de autor del trabajo de investigación: Diseño de un Plan de Comunicación Digital para el Seguimiento a Graduados de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, periodo 2014-2017, en la ciudad de Guaranda. Autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi/nuestro favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Asimismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Diana Gabriela Saltos Flores

Cd. N° 0202530523

AUTORIA DEL TRABAJO NOTARIZADA

Di 2 copias.

ESCRITURA PÚBLICA
DECLARACION JURADA
SEÑORITA DIANA GABRIELA SALTOS FLORES

En la ciudad de Guaranda, Capital de la Provincia de Bolívar, República del Ecuador, hoy día LUNES, QUINCE DE OCTUBRE DE DOS MIL DIECIOCHO, ante mí, Doctor GUIDO FABIAN FIERRO BARRAGAN, NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA, comparece la SEÑORITA DIANA GABRIELA SALTOS FLORES, portadora de la cédula de ciudadanía número cero dos cero dos cinco tres cero cinco dos guion tres. La comparecientes es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, de estado civil, soltera capaz de contraer obligaciones, domiciliada en el cantón San Miguel de Bolívar, móvil número cero nueve nueve siete ocho cuatro dos nueve cero dos, E-mail dgsaltosflores2014@gmail.com, a quien de conocer doy fe en virtud de haberme exhibido su cédula de ciudadanía y papeleta de votación cuyas copias adjunto a esta escritura. Advertida por mí el Notario de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinada en forma separada, de que comparece al otorgamiento de la misma sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, juramentada en debida forma, prevenida de la gravedad del juramento, de las penas del perjurio y de la obligación que tienen de decir la verdad con claridad y exactitud, bajo juramento declara lo siguiente: " Previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social: Que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado " DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA EL SEGUIMIENTO A GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO 2014-2017, EN LA CIUDAD DE GUARANDA", es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autora. Es todo cuanto podemos decir en honor a la verdad." (Hasta aquí la declaración juramentada rendida por la compareciente, la misma que queda elevada a escritura pública con todo el valor legal). Para el otorgamiento de esta escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso; y leída que le fue a la compareciente íntegramente por mí el Notario, se ratifica en todo su contenido y firman conmigo en unidad de acto. Incorporo esta escritura pública al protocolo de instrumentos públicos, a mi cargo. De todo lo cual doy fe.-



SEÑORITA DIANA GABRIELA SALTOS FLORES
C.C.020253052-3



Doctor Guido Fabián Fierro Barragán
NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA.



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

TRIBUNAL

FIRMA

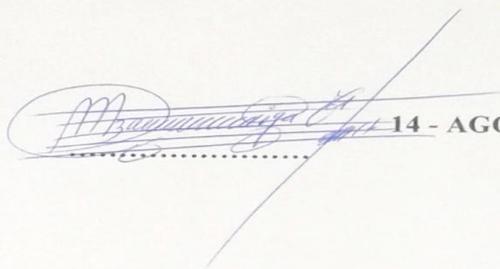
FECHA

Mgs. Carlos Ribadeneira
PRESIDENTE DEL
TRIBUNAL



14 - AGOSTO- 2018

Mgs. Marcelo Barriga
DIRECTOR



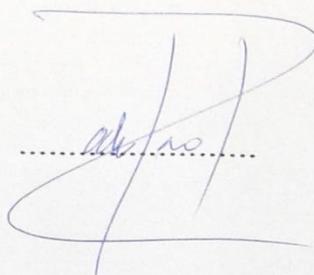
14 - AGOSTO- 2018

Mgs. Danilo Villarroel
PAR ACADEMICO 1



14 - AGOSTO- 2018

Mgs. Bladimir Guarnizo
PAR ACADEMICO 2



14 - AGOSTO- 2018

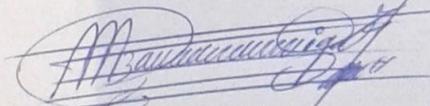
CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Guaranda, agosto 03, 2018

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Yo, Marcelo Gustavo Barriga Tamay, director del Proyecto de Investigación, certifica que la Srta: Diana Gabriela Saltos Flores, estudiante de la carrera de Comunicación Social, en la modalidad de Titulación (Proyecto de investigación) ha cumplido con la revisión del informe final del proyecto, DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA EL SEGUIMIENTO A GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERÍODO 2014-2017, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, a través de la herramienta URKUND, realizado el 2 de agosto de 2018, con el resultado de 9% de coincidencia, porcentaje que se encuentra dentro del parámetro legal establecido.

Esto es cuanto puedo certificar



Lic. Mg. Marcelo Barriga T.

Director

Proyecto de Investigación

Campus Universitario: "Alpachaca" Av. Ernesto Che Guevara s/n y Av. Gabriel Secaira
Tel: (593) 32206010 - 32206014
Guaranda- Ecuador

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas las personas que me han brindado su apoyo y sus bendiciones a lo largo de mi vida.

A mis padres, Emma y Rafael por su apoyo incondicional y depositar su confianza en mí y animarme a cumplir mis metas sin decaer ante los obstáculos de la vida, ser perseverante y aunque están lejos sus deseos de éxito los eh sentido siempre.

También quiero dedicar este trabajo a mi hermana Elena por creer en mis aptitudes y apoyarme siempre, y ser mi ejemplo a seguir como persona y profesional.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento profundo va dirigido hacia mis padres y a Dios por la vida, la fortaleza y las bendiciones recibidas a lo largo de esta etapa universitaria y apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.

Al personal docente y administrativo de la Carrera de Comunicación quienes han aportado con sus conocimientos, experiencia y motivación durante toda mi carrera profesional, de manera especial mi más profundo agradecimiento al Msc. Marcelo Barriga por asesorar mi trabajo con sus conocimientos, experiencia, paciencia y dedicación.

Agradezco también al Lic. Renato Cabezas por su apoyo y guía constante durante el proceso del trabajo de Investigación gracias por la paciencia y dedicación entregado a este trabajo.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|------|
| PORTADA | I |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR..... | I |
| AUTORIA DEL TRABAJO..... | II |
| AUTORIA DEL TRABAJO NOTARIZADA | III |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO | IV |
| CERTIFICADO ANTIPLAGIO..... | V |
| DEDICATORIA | VI |
| AGRADECIMIENTO | VII |
| ÍNDICE GENERAL..... | VIII |
| INDICE TABLAS | IX |
| RESUMEN..... | X |
| ABSTRACT | XI |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| DEFINICIÓN DEL PROBLEMA | 2 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 2 |
| PREGUNTAS DIRECTRICES: | 3 |
| OBJETIVOS:..... | 4 |
| GENERAL:..... | 4 |
| ESPECÍFICOS:..... | 4 |
| JUSTIFICACIÓN: | 5 |
| MARCO TEÓRICO | 6 |
| Fundamentación Referencial | 6 |
| Fundamentación Legal | 8 |
| Fundamentación Teórica..... | 9 |
| METODOLOGÍA | 16 |
| OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES..... | 19 |
| TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN..... | 22 |
| DISCUSIÓN..... | 23 |
| PROCEDIMIENTO DE LA EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 24 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DESDE UN ENFOQUE CONCEPTUAL.. | 25 |
| RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL PLAN ACCIÓN-INTERVENCIÓN | 25 |
| LIMITACIONES | 26 |
| CONCLUSIONES: | 27 |
| RECOMENDACIONES..... | 28 |
| PROPUESTA DE RESOLUCIÓN AL PROBLEMA..... | 29 |

| | |
|---------------------------|----|
| BIBLIOGRAFÍA | 30 |
| ANEXOS | 35 |

INDICE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1.- Operacionalización variables | 19 |
| Tabla 2.- Técnicas e Instrumentos de investigación | 22 |
| Tabla 3 Procedimiento de la ejecución de la investigación | 24 |

RESUMEN

Los procesos de seguimiento a graduados ofrecen a las instituciones de educación superior informarse acerca de las falencias y necesidades de los estudiantes internos y externos, aquí es donde radica la importancia de estos procesos con el fin de mejorar contenidos y rediseñar las formas pedagógicas de enseñanza que ofrecen las Universidades, cabe mencionar que la ley de educación superior lo establece como un requisito en las instituciones de educación superior que se debe cumplir a cabalidad.

La presente investigación está enfocada en dar un diagnóstico de la problemática que tiene la carrera de comunicación respecto a seguimiento a graduados, una actividad que se ha cumplido a nivel de la Universidad de forma inexacta, se precisa cumplir con esta acción para mejorar la calidad educacional brindando la facilidad y recursos informativos hacia los graduados, entes necesarios en el trabajo que se desarrolló delimitando un periodo de estudio comprendido desde la promoción de titulados del 2014 y el 2017; estudio centrado en conocer las necesidades y requerimientos que los profesionales estarían dispuestos a adquirir de la Universidad.

La Institución no ha brindado los recursos e importancia a este grupo de profesionales en comparación a otras Universidades a nivel nacional; se debe dar un correcto seguimiento y determinar si la metodología usada es la correcta y estar a la vanguardia de lo que las empresas requieren mediante estudios de inserción laboral.

ABSTRACT

Graduate follow-up processes offer higher education institutions information about the shortcomings and need of internal and external students, this is where the importance of these processes lies in order to improve content and redesigning the pedagogical forms of teaching that universities offer, it is worth mentioning that the law on higher education establishes it as a requirement in institutions of higher education that must be fulfilled fully.

The present investigation is focused in giving a diagnosis of the problematic one that has the race of communication regarding follow-up to graduates, an activity that has been fulfilled at the level of the University of inexact form, it is precise to fulfill with this action to improve the educational quality providing the facility and informative resources towards the graduates, necessary entities in the work that was developed, delimiting a period of study comprised from the graduates promotion of 2014 and 2017; study focused on knowing the needs and requirements that professionals would be willing to acquire from the University.

The institution has not provided the resources and importance to this group of professionals in comparison to other Universities at the national level; It must be properly followed up and determine if the methodology used is the correct one and be at the Forefront of what companies require through labor insertion studies.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación está dirigida a la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar con un diseño de un Plan de Comunicación Digital para el seguimiento a graduados evidenciando así que la carrera carece de estudios similares y ejecución de planes de comunicación para estos procesos educativos, por lo cual se plantea diferentes aspectos teóricos, legales e investigación de campo que fundamenten de forma eficaz el desarrollo del trabajo, ya que la comunicación como proceso de interacción entre las sociedades es fundamental.

Con el presente estudio se determinara como influye la comunicación digital en el proceso de seguimiento a graduados, y como se ha venido trabajando en estas áreas a nivel Universitario, brindándonos así un amplio resultado de los factores que influyen para el seguimiento a graduados y las formas de innovar para generar interés y trabajar conjuntamente con los profesionales de comunicación.

Se diseña un plan de comunicación digital enfocado en las falencias encontradas en la investigación de campo, de modo que la carrera trabaje e influya públicos objetivos, genere contenidos adecuados y facilite requerimientos a los estudiantes, para lograrlo es necesario explotar los medios digitales como instrumentos para llegar a cumplir los objetivos como es el diseño de una página web.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Un plan de comunicación refleja los elementos que forman parte del proceso comunicacional que se elabora, normalmente con carácter anual por el departamento encargado de una empresa u organización, las fases de este proceso comprenden objetivos de comunicación, publico objetivo, estrategia, plan de acción y mix de comunicación. Para establecer las acciones que formaran parte de un ´plan es necesario tomar en cuenta varios factores como la naturaleza del mercado, el producto, ciclo de vida del producto y presupuesto disponible. (Directo, s.f.)

Los planes de comunicación digitales están enfocados y diseñados para medios electrónicos como son redes sociales, páginas web y otras herramientas que han evolucionado la forma de comunicar y acoplarse es la calve del éxito de las grandes empresas y organizaciones, en el caso de la carrera en la que se lleva el estudio se busca implementar herramientas web con el fin de llegar a diversos públicos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo afecta el inadecuado manejo de un Plan de Comunicación digital para el seguimiento a graduados de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar?

La Carrera de Comunicación tiene una trayectoria de 21 años, desde su creación, ha formado profesionales en el área, pero debido a la inexactitud de datos de los graduados de la Carrera se desconoce su ubicación laboral y cuáles son las oportunidades de trabajo que tienen los egresados de comunicación en la ciudad de Guaranda.

Actualmente no existe un mecanismo o herramienta digital que permita conocer de manera veraz la vinculación de los graduados con el campo laboral.

La Universidad cuenta con un Sistema de Seguimiento a Graduados, pero este carece de información relevante, motivo por el cual la presente investigación busca diseñar un Plan de Comunicación con el fin de mantener una base de datos actualizada de los graduados de la Carrera al cual pueden acceder estudiantes, docentes, así como organizaciones públicas y privadas de la ciudad de Guaranda, a la hora de buscar profesionales en el área.

PREGUNTAS DIRECTRICES:

¿Qué medios ayudan a los egresados y recién graduados de la Carrera de Comunicación para conseguir empleo?

¿Es pertinente conocer la situación actual de los graduados de la Carrera de Comunicación Social?

¿Se requiere una intervención por parte de la Universidad para ayudar a conseguir trabajo a los egresados?

¿Qué estudios se vienen haciendo a favor de los graduados de la Universidad?

OBJETIVOS:

GENERAL:

Diseñar un Plan de Comunicación Digital de Seguimiento a Graduados de la Carrera de Comunicación Social para vincular a la Universidad con el mercado laboral.

ESPECÍFICOS:

- Diagnosticar el nivel de vinculación de los graduados y la Universidad, mediante herramientas web
- Sustentar teóricamente la investigación respecto al seguimiento de graduados de la Carrera de Comunicación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar.
- Proponer un Plan de Comunicación Digital para mejorar el proceso comunicacional.

JUSTIFICACIÓN:

La Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar cada año acoge estudiantes para formarse en el área de comunicación con el fin de brindar a la sociedad profesionales capaces y competentes para desarrollar sus actividades en la radio, la televisión, periódicos y relaciones públicas, pero al desconocer la ubicación laboral de los graduados y en qué plazas de trabajo se encuentran prestando sus servicios. Es necesario contar con una base de datos actualizada con el fin de buscar nuevas plazas de empleo para los futuros profesionales.

La comunicación digital ha definido nuevas fronteras informativas, reemplazando a los canales tradicionales, es por eso que se hace necesario inmiscuirnos en nuevas formas de comunicación que creen enlaces interactivos entre la información y el usuario.

La motivación principal es diseñar un Plan de Comunicación digital para establecer un método de interacción entre los actores involucrados en la investigación, creando nuevos canales de comunicación que incentiven el desarrollo profesional en el ámbito empresarial.

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Referencial

Al tratar el tema de investigación sobre planes de comunicación digitales para seguimiento a graduados no existen temas similares, pero se encontró información respecto a seguimiento a graduados; se ha creído conveniente mencionar el trabajo de tesis : “Desarrollo del Sistema de Seguimiento de Egresados e Implementación del Laboratorio de Base de Datos” de la Universidad Técnica de Manabí; en el que se plantea como objetivo: mejorar el uso y manejo de los diferentes gestores de base de datos mediante la implementación de un laboratorio. (García Merly, 2013, pág. 12)

La investigación señaló la importancia de mantener una base de datos actualizada de los graduados de una Universidad, la cual también resalta la calidad de enseñanza que requiere el alumnado en la formación superior del país; así como los servicios y las informaciones que ofrecen las facultades a los estudiantes y profesionales, donde se desarrolló un sistema de seguimiento a egresados para la facultad que permita registrar datos, la formación de cursos ejecutados y experiencia laboral.

Sobre diseño de plan de comunicación digital se encontró la tesis con el tema “Propuesta de un Plan de Comunicación Digital para la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador” en la Universidad Técnica Particular de Loja, cuyo objetivo es analizar los procesos comunicativos implementados y establecer su efectividad como medio de contacto con los usuarios externos. (Pavlica Caiza, 2014, pág. 16)

Concluye la investigación señalando que la Universidad a pesar de tener medios digitales estos no han sido explotados en un 100% debido a la carencia de conocimientos y la continua interacción de información a través de los mismos, En la actualidad los medios digitales son una gran herramienta debido a su fácil manejo muchos medios digitales han fracasado por la falta de actualización de información y diseños.

La investigación realizada por la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador titulada “Diseño de un Sistema de Gestión de Seguimiento para los Profesionales Graduados en la Universidad Técnica de Ambato y su incidencia en los Indicadores de Calidad”, el

objetivo planteado es indagar cómo se lleva el proceso de seguimiento a los exestudiantes y su situación laboral. (Campaña, 2015, pág. 10)

La investigación concluye que existe relación entre la implementación de un sistema de gestión de seguimiento a graduados y el mejoramiento de calidad de las carreras de la Universidad.

Los sistemas de gestión de seguimiento no solo aportan a la Universidad y su desarrollo, también a actores externos como son los estudiantes y organizaciones con o sin fines de lucro existentes en la ciudad, además de realizar un importante aporte a la acreditación de las carreras y a la misma Universidad como indicadores de evaluación con parámetros para la respectiva evaluación y acreditación.

El indicador señala un sistema de información de una institución de educación superior considera necesaria: políticas, una estructura administrativa, recursos tecnológicos y procedimientos explícitamente formulados que permitan garantizar la disponibilidad de información completa y exacta para la toma de las decisiones. El CEAACES considera que un sistema de información es completo si garantiza la disponibilidad de la información al menos respecto a:

Profesores e investigadores.

- Hoja de vida.
- Datos académicos relevantes.
- Funciones, proyectos y tareas asignadas.
- Resultados de las evaluaciones.

Estudiantes.

- Datos personales de los estudiantes matriculados.
- Trayectoria académica.
- Egresados.
- Sistema de seguimiento a egresados de todas las carreras por cada una de las sedes y extensiones (de ser el caso).

Inventario de infraestructura y recursos de aprendizaje e investigación.

- Datos históricos de las tasas académicas relevantes.
- Número de plazas disponibles para estudiantes de primer nivel por carrera por cada una de las sedes y extensiones (de ser el caso).

- Número de estudiantes que han aplicado al ingreso a cada una de las carreras. Por cada una de las sedes y extensiones (de ser el caso).
- Tasas de admisión.
- Tasas de retención.
- Tasas de graduación.
- Documentación técnica del sistema de información de la institución. (Ceaaces, 2015, pág. 8)

Fundamentación Legal

Art.-350 dispone que el Sistema de Educación Superior tiene como propósito la formación académica y profesional con visión científica y humanista: la investigación científica y tecnológica: la construcción de medios para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo. (Constitución de la República de Ecuador, 2008)

En cumplimiento a la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) en su Art. 47 establece que las universidades y escuelas politécnicas públicas y particulares obligatoriamente tendrán como autoridad máxima a un órgano colegiado académico superior que estará integrado por autoridades, representantes de los profesores, estudiantes y graduados. Las universidades y escuelas politécnicas conformarán Comités Consultivos de Graduados que servirán de apoyo para el tratamiento de los temas académicos.

Art.60.-Participación de las y los estudiantes-la participación de los graduados en los organismos colegiados de cogobierno de las universidades y escuelas politécnicas públicas y privadas, en ejercicio de su autonomía responsable, será del 1% al 5% del personal académico con derecho a voto.

Artículo 166.-” El Consejo de Educación Superior es el organismo de derecho público, con personería jurídica, con patrimonio propio, independencia administrativa financiera y operativa, que tiene por objetivo la planificación, regulación y coordinación interna del sistema de educación superior, y la relación entre sus distintos actores con la función ejecutiva y la sociedad ecuatoriana.” (Ley Orgánica de Educación Superior, 2010, pág. 21)

Artículo 19: Las instituciones de educación superior notificarán obligatoriamente a la SENECYT la nómina de los graduados y las especificaciones de los títulos que expida, en un plazo no mayor de treinta días contados a partir de su graduación.

Artículo 142: “dicta que todas las instituciones del Sistema de Educación Superior, públicas y particulares, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a sus graduados y sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.” (Ley Orgánica de Educación Superior, 2010, pág. 37).

Artículo 26.- la SENECYT delinearán los procedimientos obligatorios para que las instituciones de Educación Superior instrumenten un sistema de seguimiento a los graduados, el cual será parte del SNIESE.

De acuerdo a los indicadores de evaluación para la acreditación de carreras y la re categorización de las universidades establece como requerimiento en cuanto a estudiantes corresponde:

Estudiantes.

- Datos personales de los estudiantes matriculados.
- Trayectoria académica.
- Egresados.
- **Sistema de seguimiento a egresados de todas las carreras por cada una de las sedes y extensiones (de ser el caso).**

Fundamentación Teórica

Plan

Andrés E. Miguel (s.f) conceptualiza el plan como la gestión materializada en un documento con el cual se proponen acciones concretas que buscan conducir el futuro hacia propósitos predeterminados. El documento indica las alternativas de solución a determinados problemas de la sociedad y la forma de llevarlo a cabo mediante actividades prioritarias y asignando recursos, tiempos y responsables a cada una de ellas.

Alfonso Ayala Sánchez (1982) se define al plan como el conjunto coherente de metas e instrumentos que tiene como fin orientar una actividad humana en cierta dirección anticipada.

Lo que se entiende al plan como el instrumento más eficaz para racionalizar la intervención de actividades dentro de una determinada zona o población.

El contenido básico de un plan es: justificación, visión, diagnóstico, prospectiva, objetivos, estrategias, políticas, programas y proyectos. (Gloria, s.f.)

Según Sánchez y Blake un plan es un instrumento en el que de manera general y en forma coordinada se encuentran: lineamientos, prioridades, metas, directrices, criterios, disposiciones, estrategias de acción y una serie de herramientas con el fin de alcanzar las metas y objetivos propuestos.

Plan de Comunicación

Según Alfonso Everlet (2012) herramienta para cualquier institución cuya función principal es servir de marco para las acciones comunicativas este será el documento que recoja la estrategia, el mensaje y el estilo de comunicación en todos sus ámbitos. (Alfonso, 2012)

Para Hernández Rodríguez (s.f) Plan de Comunicación tiene como objetivo contribuir en la consecución de los objetivos estratégicos de una empresa, antes de afrontar la elaboración del documento se debe contar con un plan estratégico global, así la columna vertebral sería:

- Análisis DAFO
- Antecedentes
- Objetivos
- Target
- El mensaje
- La estrategia
- Acciones
- Calendario
- Presupuesto
- Control y seguimiento

El Plan de Comunicación es una herramienta fundamental para toda entidad ya que se detalla, refleja y describe la comunicación, la forma de comunicar y su estrategia, sino los protocolos de comportamiento tanto interno como externo, de ahí su valor esencial en las estrategias organizacionales.

Educación Continua

Actividad docente universitaria cuya misión es vincularse con el medio mediante vías de programas de formación y capacitación educando de por vida a personas que desean o requieran profundizar, mantenerse al día en los conocimientos, habilidades, actitudes y destrezas que caracterizan a su disciplina, o quieren extender su conocimiento hacia áreas complementarias, acceder al manejo de nuevos procedimientos y/o tecnologías, que les permitan lograr un mejor desempeño o posición laboral así como crecer en su desarrollo personal o espiritual. (REDU-EC, 2014)

Comunicación

Según (Socorro, 2000, pág. 4), comunicar es: "Compartir algo de nosotros mismos, cualidad racional y emocional especificada del hombre que surge de la necesidad de comunicarse con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido de acuerdo con experiencias comunes."

“Es el proceso de filtrarse información y comprensión de una persona a otra, por lo tanto, toda comunicación influye por lo menos a dos personas: el que envía el mensaje y el que lo recibe“. (Chiavenato, 2006)

“La Comunicación es una manera de crear contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, investigando una reacción al comunicado que se ha enviado”.- (Martínez A, 1998)

La comunicación es el proceso humano mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión con el fin de transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprendidos entre sí. (Iván, 2008)

La comunicación es un vínculo de conexión que tienen las personas para transmitir mensajes, es decir, que cada vez que hablamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., establecemos una conexión con el fin de dar y recibir ideas e información con el fin de mantener un vínculo con la sociedad que nos rodea ya que por naturaleza el ser humano necesita socializar para su supervivencia.

Comunicación interna

Según (Pizzolante, 2004) la comunicación interna determina situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global, se pretende desarrollar estrategias de comunicación interna para todo el personal.

(Muñiz, 2010) La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidar que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados.

Por tanto la comunicación interna ofrece información acerca de las organizaciones con el fin de orientar conductas individuales y establecer relaciones interpersonales entre los individuos que lo conforman, impulsa el conocimiento de la misma institución generando aprendizajes e innovaciones a través del intercambio de ideas y prácticas en el ámbito interno. Además la comunicación interna ha sido uno de los instrumentos estratégicos y de gestión más importantes dentro de una empresa para mejorar las relaciones con sus empleados y posibilitar la integración y favorecer una cultura compartida entre todos los miembros de la organización ya que al final ser informado viene siendo sinónimo de ser considerado.

Medios de comunicación

Han cursado varios cambios y permiten a los publicistas llegar a audiencias múltiples y de formas diversas, invitan a la posibilidad de expresar lo que quiera, como quiera y donde sea solo a través de un texto, audio y video esto ha convertido a la comunicación en digital.

Comunicación Digital

La comunicación digital es un ecosistema que para funcionar requiere de una coordinada simbiosis entre estas y las personas que participan en el intercambio de información, los soportes de información se digitalizan, para luego difundirse en un entorno que facilite este proceso, todo esto conlleva una sólida cadena de estrategias que respondan a alcanzar los objetivos de un plan de acción: una buena estrategia digital. (Gonzalez, 2016)

Se marca que las tecnologías son herramientas que atraviesan absolutamente la vida cotidiana al punto de terminar siendo constitutivas de nuestra subjetividad y objetividad y, por ende, de nuestras sociedades. (Digital, 2009)

La comunicación digital es el intercambio de información por medio de herramientas digitales disponibles desarrolladas por la investigación y desarrollo tecnológico.

Se entiende por capacitación toda actividad que busca el perfeccionamiento de profesionales ayudando a cumplir las necesidades de una empresa y cumplir metas brindando a los empleados la oportunidad de crecer profesionalmente tanto en su vida personal como laboral.

Se puede decir que la capacitación es un proceso continuo que juega un papel muy importante en la vida de las organizaciones y del personal que las integra, de tal forma que aunque la capacitación o el entrenamiento auxilia a los miembros de la organización a desempeñar su trabajo actual, sus beneficios pueden prolongarse a toda su vida laboral y pueden auxiliar en el desarrollo de esa persona para cumplir futuras responsabilidades; por otro lado ayudan al individuo en el manejo de responsabilidades futuras, independientemente de las actuales. (Garcia, s,f)

La capacitación conlleva un proceso de actualización de conocimientos y mantenimiento continuo de conocimientos relacionados a una rama de especialización la que permita al profesional estar a la vanguardia de la tecnología y adaptarse a las nuevas exigencias del mercado laboral; lo cual también permite la obtención de puestos de trabajo bien remunerados acordes al nivel de conocimiento.

Indicadores de calidad

El organismo gestor de la calidad universitaria, el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES), dicta entre los indicadores de calidad calificar a las universidades y sus carreras, la existencia de un sistema de seguimiento de los graduados universitarios, que permita la obtención de información sobre la empleabilidad, la proyección social de las carreras y del perfil de egreso, en Ecuador, la administración encargada de la Educación Superior, pretende que la información resultante de estos estudios de seguimiento sean los columnas de la oferta académica pública, todo ello exige que el seguimiento de los graduados forme parte de la

cultura universitaria, siendo reconocida como una labor formalmente registrada en los estatutos de las universidades y en los reglamentos internos de facultades o departamentos; se trata de una medida de gestión universitaria con la implementación e institucionalización en el sistema de Educación Superior de Ecuador. (Morueta, 2012).

Recolección de Datos

Al comenzar este proceso se recomienda hacer una revisión bibliografía y verificar cual es la forma más eficaz de comunicación con el objetivo de identificar las mejores prácticas, se deben considerar de manera especial aquellos trabajos similares a los que se desarrollarán, tomando en cuenta un contexto semejante, tomando como referentes para el estudio a realizar.

La recolección de datos dentro de la investigación juega un papel muy importante así como lo detalla en las recomendaciones para hacer un seguimiento a graduados de cualquier institución, se debe tomar en cuenta los públicos a los que se pretende llegar y cómo hacerlo es la clave del éxito de estos procesos debido al difícil acceso para llegar a los ya profesionales quienes una vez que ingresan al campo laboral empiezan a desinteresarse por la institución que les formo y es ahí donde la universidad tiene que buscar crear cultura de contacto con los estudiantes y establecer un cambio en este tipo de procesos de relacionar a las escuelas de educación superior con los reconocidos profesionales.

Estado Actual

La carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, contribuye al desarrollo de destrezas en el uso de las técnicas y tecnologías, herramientas digitales que generen habilidades en los comunicadores, para resolver los problemas profesionales de comunicación y periodismo que propicien un cambio en la sociedad y en correspondencia a las nuevas concepciones de la información actual; en respuesta a lo que se detalla en el rediseño curricular de la carrera de Comunicación se brinda al estudiante el uso de tecnologías y herramientas para resolver problemas de la sociedad en este caso la aplicación de una herramienta digital para resolver una falencia en la obtención de información de graduados.

Actualmente la carrera de Comunicación no cuenta con un sistema de gestión de graduados ya que este solo es llevada de forma general por la institución a la cual pueden acceder los usuarios de la misma, no existe una vinculación con la industria para poder adquirir profesionales de la misma, este sistema carece de información actualizada; por lo que precisamos proponer un Sistema de Seguimiento a Graduados para la carrera a pesar que en años anteriores las promociones han sido demasiado pequeñas.

Conocer su estabilidad laboral y como se han desarrollado es primordial para las nuevas generaciones; no solo para mejorar la calidad de Educación que se brinda en la escuela de Educación Superior sino para determinar cuál es la demanda de comunicadores actualmente en la provincia o fuera de esta, sin embargo, no se han dado estudios de este tipo por parte de la Universidad se sigue ofertando una carrera que no sabemos si tiene demanda en la sociedad actual por ello es necesario conocer la trayectoria que llevan antiguas promociones en el mercado laboral.

METODOLOGÍA

Métodos

Para el estudio se utilizó la siguiente metodología; la cual nos permitirá obtener información precisa y veraz que sirva como sustento teórico y técnico del proyecto de investigación.

Método inductivo

Es un proceso analítico –sintético, mediante el cual se parte del estudio de tales cosas, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige .es decir que” va de lo particular a lo general”. para la investigación del presente proyecto se parte de hechos o fenómenos ocurridos en el área de estudio la cual ayudará a analizar el presente y proyectarse al futuro para llevar a cabo el presente proyecto, pues en la investigación realizada al analizar las diferentes situaciones que tienen que pasar los egresados al momento de culminar los estudios; se ha podido llegar a generalizar la necesidad de realizar un estudio para el diseño de un plan de comunicación digital para el seguimiento a graduados de la carrera de Comunicación Social.

Método deductivo

Este método por el contrario permite partir de ideas o conceptos generales que llevan a definir las particularidades, es decir “que va de lo general a lo particular” , la aplicación de este método, ayudará a conocer las necesidades colectivas para luego definir las en la zona de influencia del proyecto y centrar el estudio en dicha zona con respecto a la imperiosa necesidad de contar con un Plan de Comunicación Digital.

Además, se utilizó fuentes secundarias de información, tales como textos, tesis y otro tipo de estudios, que buscarán sustentar la investigación, sin embargo, se utilizará el método de observación, especialmente en la institución y estudiantes de la Carrera de Comunicación.

Nivel o Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se ha desarrollado es la descriptiva, conectada a la investigación de campo y exploratoria, que nos permitirá el análisis orientado a la propuesta de implementación del proyecto.

Exploratoria

La investigación está basada en un nivel exploratorio, ya que se reconocen las variables de estudio y a través de estas se genera una cierta familiaridad con el fenómeno detectado, pues al explorar la situación se implementa una metodología flexible para determinar una solución viable a la problemática, sondeando las características y particularidades que existen en el entorno.

De Campo

Nos permitirá investigar y conocer cómo está el mercado en la actualidad y palpar la realidad, determinando que si es necesario y óptimo diseñar un plan de comunicación digital, además, fue posible analizar las oportunidades laborales que tienen los comunicadores, así como conocer la situación actual de profesionales en Comunicación.

Descriptiva

Ayudará hacer un análisis de la realidad actual en cuanto a cómo se lleva el proceso de seguimiento a graduados en la facultad y carrera.

Bibliográfica –Documental

Esta permite conocer, comparar, ampliar, sustentar, profundizar y deducir diferentes enfoques de varios autores respecto al tema de investigación, para fundamentar cada una de las variables basándose en libros, documentos, revistas, folletos, artículos científicos u otros materiales validados y confiables.

HIPÓTESIS:

El Plan de Comunicación digital influye en el Seguimiento a los Graduados de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar.

Variables

Independiente

Seguimiento a graduados

Dependiente

Plan de comunicación

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro N° 1.Operacionalización variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN | INDICADORES | DIMENSIONES | ÍTEMS | INSTRUMENTOS |
|-------------------------------|--|---|---|--|----------------------|
| VARIABLE INDEPENDIENTE | | | | | |
| Seguimiento a graduados | Proceso permanente que ayuda a establecer contacto con sus egresados a fin de recaudar información que conduzca a la verificación de la pertinencia del método aplicado, a la actualización y capacitación en relación a su formación tecnológica, y | Proceso continuo y permanente Contacto con sus egresados verificación de la pertinencia del método aplicado Gestionar su inserción ante el sector laboral. | Conocimiento personal y profesional Nivel de comunicación de las partes involucradas Valoración de recursos Selección de medios de comunicación estratégicos | 1. ¿Ud. Trabaja? ¿Dónde? Años de trabajo en la empresa: Cargo que desempeña ¿Qué dificultad ha encontrado para conseguir trabajo? Qué tiempo tardó en conseguir su primer empleo relacionado con su Profesión ¿Por qué medio consiguió su primer empleo relacionado con su profesión? • Relaciones y contactos personales | Encuesta /Entrevista |

| | | | | | |
|--|---|---|--|--|--|
| | <p>gestionar su inserción ante el sector laboral, y finalmente a verificar los niveles de satisfacción respecto a su formación profesional.</p> | <p>Verificar los niveles de satisfacción respecto a su formación profesional.</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • Bolsas de empleos • Medios de comunicación • Otros <p>2. ¿La Universidad ha ofertado actividades académicas para actualizar sus conocimientos, desde su graduación?</p> <p>3. ¿Qué aspectos considera debería renovar la Universidad para mejorar la relación con los graduados?</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Generar bolsas de empleo b. Capacitaciones c. Referencias <p>4. Considera Ud. qué es necesario un Plan de Comunicación digital para un eficaz seguimiento a graduados en la carrera de Comunicación Social</p> | |
|--|---|---|--|--|--|

| VARIABLE DEPENDIENTE | Documento que refleja los elementos y herramientas que forman parte del proceso de comunicación de una determinada organización, empresa, institución al ser utilizado y aplicado de forma digital es decir a través de la web. | Herramientas que forman parte del proceso de comunicación Instrumentos utilizados y aplicados de forma digital | <ul style="list-style-type: none"> • Análisis DAFO • Antecedentes • Objetivos • Target • El mensaje • La estrategia • Acciones • Calendario • Presupuesto | ¿Qué herramientas digitales se debería utilizar para brindar información a los graduados? | Encuesta |
|------------------------------|---|---|--|---|----------|
| Plan de Comunicación Digital | | | | | |

Tabla 1.- Operacionalización variables

Elaborado por: Gabriela Saltos

Fuente: Investigador

Universo y Muestra

La investigación se realizó a los estudiantes graduados de la Carrera de Comunicación comprendiendo entre los años 2014 y 2017, los cuales conforman un universo de 30 personas base de datos adquirida en la Secretaria del Decanato de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática y no es necesario sacar una muestra de la población ya que esta es pequeña y la encuesta se aplicó a todo el universo para mayor veracidad de los resultados.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

| Técnica de investigación | Instrumentos |
|---|---|
| Información Primaria | |
| Observación | Guías de Observación |
| Entrevista | Banco de Preguntas |
| Encuestas | Cuestionario |
| Información Secundaria Análisis de documentos | Trabajos de investigación anteriores a esta Problemática. |
| Información bibliográfica | Repositorio digitales, Libros, Proyectos, páginas web |

Tabla 2.- Técnicas e Instrumentos de investigación

Elaborado por: Gabriela Saltos

Fuente: Investigador

Encuesta

Es una técnica de investigación encaminada a obtener datos o información de varias personas a través de un cuestionario de preguntas preestablecidas.

Para la investigación la encuesta se aplicará a la muestra estadística seleccionado que conforman el número de estudiantes graduados comprendidos desde el año 2014 al 2017 de forma online debido a la difícil ubicación de cada uno de los graduados.

Entrevista

Técnica de recolección la cual es una comunicación interpersonal entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes establecidas sobre una problemática presente, es uno de los instrumentos de investigación más eficaces debido a los amplios resultados que se pueden obtener.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos de la población encuestada se da a conocer la necesidad de planes de comunicación para la relación permanente con los graduados ya que el seguimiento se lo hace pero los estudios de inserción laboral y capacitación continua o ayuda en la búsqueda de trabajo no existe lo que se evidencia la importancia del seguimiento a graduados dentro de la Universidad.

Otro punto a discutir esta la deficiente participación de los graduados en estos procesos, las encuestas se han vuelto rutinas de semestrales que no llenan mucho menos actualizan los datos para la Universidad ya que estas en su mayoría se las hace de forma virtual por lo que los datos no son registrados y validados, la falta de cultura educativa del graduado y la Universidad ocasiona este tipo de acciones como institución no ofrece valores agregados a profesionales.

En su gran mayoría resaltan la importancia del seguimiento así como la parte comunicacional enfocada solo para profesionales ya que sus necesidades tienen otro nivel de educación y no ser mezclados con los estudiantes que aun cursan sus carreras.

PROCEDIMIENTO DE LA EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

| Actividades | Enero | | | | Febrero | | | | Marzo | | | | Abril | | | | Mayo | | | | Junio y julio | | | |
|--|-------|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|---------------|-----|-----|-----|
| | 1ra | 2da | 3ra | 4ta | 1ra | 2da | 3ra | 4ta | 1ra | 2da | 3ra | 4ta | 1ra | 2da | 3ra | 4ta | 1ra | 2da | 3ra | 4ta | 1ra | 2da | 3ra | 1ra |
| Elaboración del Anteproyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presentación del Anteproyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aprobación del tema y designación de tutor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de Marco Teórico | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Determinación de investigación y metodología | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aplicación de encuestas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis de Resultados | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Conclusiones y Recomendaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de la Propuesta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Culminación de la Investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 3 Procedimiento de la ejecución de la investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DESDE UN ENFOQUE CONCEPTUAL

Los planes de comunicación, conjunto de estrategias y acciones a ejecutar a favor de una determinada organización o producto con metas y objetivos establecidos en un cierto tiempo y resultados verificables una vez cumplido el plan, el diseño ofrece los parámetros y acciones a seguir mas no los resultados, para tal caso una vez aplicado se obtendrán estadísticas y efectividad de los mismos.

El CEAACES organismo regulador de las instituciones de educación superior establece como un indicador de calidad el seguimiento a graduados por Universidad y de ser posible cada facultad y carrera para mayor eficacia de los resultados, proporcionando a las unidades académicas un plus dentro de la Evaluación y Acreditación.

El Plan de Comunicación Digital permitirá trabajar en falencias encontradas en la investigación mejorando las relaciones con el grupo de graduados y la carrera ofreciendo nuevas actividades encaminadas al sector profesional con temáticas de capacitaciones, seminarios y actualización constante de página web creada para este fin.

RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL PLAN ACCIÓN-INTERVENCIÓN

La investigación resalta la importancia del proceso del seguimiento a graduados a través de planes de comunicación como herramientas innovadoras acoplados a las nuevas tecnologías con el fin de llegar a diferentes públicos especialmente al joven que se mantienen a la vanguardia de la tecnología como resultado se obtiene:

- Contar con información actualizada de los graduados en Comunicación Social, mediante instrumentos de recolección de datos respecto a inserción laboral y procesos de actualización de datos y conocimiento.
- Presentar el diseño de un sistema web el cual permitirá mantener informado a los graduados de actividades y permita interactuar con todos los graduados de Comunicación.
- Mostrar un plan de comunicación enfocado en estrategias digitales con el fin de ampliar los canales de comunicación existentes

LIMITACIONES

El desarrollo de planes de comunicación enfocados al área digital es totalmente nuevo y se consideran masivos por lo que la información tiene que ser verificada y comprobada para ser emitida y así para el desarrollo del proyecto en general se encontró:

- Participación deficiente de graduados
- Falta de comunicación en medios digitales
- No contar con estudios similares dentro de la Carrera
- Desinterés por parte de directivos en esta área
- Actualización de datos errónea de estudiantes que egresan o se gradúan
- Bases de datos desactualizadas
- Recursos económicos para implementación de sistema de Seguimiento a graduados y obtención de información personalizada.

CONCLUSIONES:

1. No cuenta con un sistema lo que evidencia problemas y el interés de los profesionales que han culminado su formación y no acepten las acciones que se toman en su beneficio.
2. Existe baja participación de los graduados en actividades que oferta la Carrera y la misma Universidad, la falta de nivel de profesionalismo de dichas actividades.
3. Deficiente manejo de herramientas digitales, los graduados desconocen y se rehúsan a ser parte del seguimiento y la Universidad no da la importancia necesaria a esta actividad.
4. No se evidencian estudios de Inserción laboral en todas las facultades, por lo que se desconoce la situación laboral de los graduados, a pesar de estar todo en teoría, no se aplica en la Institución.

RECOMENDACIONES

- 1- Utilizar estrategias comunicacionales digitales para generar interés en los graduados desde la etapa de formación académica no cuando egresan de las facultades.
- 2- Aplicar planes de comunicación para el público objetivo generando actualización de conocimiento con niveles superiores y de interés para los profesionales de la Comunicación.
- 3- Dar la importancia necesaria al Seguimiento a Graduados no solo por cumplir con unos de los requisitos de evaluación de la Universidad sino para mejorar las mallas de las carreras y los profesionales egresen con un alto nivel de preparación.
- 4- Actualizar y mejorar el sistema de Seguimiento a Graduados de la Universidad haciendo estudios de inserción laboral y actualización de información de los graduados, asignando recursos necesarios para este fin.

PROPUESTA DE RESOLUCIÓN AL PROBLEMA

Diseño de un Plan de Comunicación Digital para fortalecer el Seguimiento a Graduados en la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, con el objetivo de crear canales comunicacionales con y para los graduados fortaleciendo este campo de interacción, brindando a la carrera un nivel de excelencia, con relación a las demás.

El Plan de Comunicación está enfocado en medios digitales por ser rápidos y eficaces a la hora de difundir mensajes y su accesibilidad gratuita, la página web es el instrumento que ayudará a crear vínculos con los titulados y la Institución Superior, promoviendo también estudios de investigación respecto a la situación laboral de cada uno de los involucrados así como la red social Facebook y YouTube.

La página web está diseñada acorde a necesidades encontradas en la investigación realizada a los graduados de las promociones del 2014 hasta el 2017 en la ciudad de Guaranda.

Una vez aplicada la propuesta los resultados irán en beneficio de la Carrera y los usuarios externos, lo que permitirá conocer las necesidades de actualización de conocimientos del grupo objetivo de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso, E. (Septiembre de 2012). *Iuris Comunicativo*. Obtenido de Iuris Comunicativo: <http://iuriscomunicatio.blogspot.com/2012/09/la-importancia-de-un-buen-plan-de.html>
- Álvarez, E. (17 de Diciembre de 2017). *Universitarios*. Recuperado el 12 de junio de 2018, de universitarios: <https://universitarios.cl/2014/12/17/diferencias-en-el-mercado-entre-un-titulado-y-un-egresado/>
- Ancira, G. (2015). *Experiencias del seguimiento a egresados desde la vinculacion Universidad -Industria en una facultad de Ingenieria* . Obtenido de Experiencias del seguimiento a egresados desde la vinculacion Universidad -Industria en una facultad de Ingenieria : <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://anfei.org.mx/revista/index.php/revista/article/view/92/402>
- Armstrong, K. y. (2003). *Fundamentos de Marketing* (6ta ed.).
- Bartoli, A. (1992). *Comunicación y Organización*. Barcelona, ESPAÑA: Paidós. Recuperado el 10 de junio de 2018
- Campaña, M. (Marzo de 2015). *Space*. Recuperado el 18 de Mayo de 2018, de Diseño de un sistema de Gestion de seguimiento e Inserccion laboral a los graduados de la Universidad Tecnica de Ambato y su incidencia en los indicadores de calidad: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9189/1/UPS-GT000874.pdf>
- Ceaaces. (Septiembre de 2015). *Modelo de Evaluacion Institucional*. Obtenido de Modelo de Evaluacion Institucional: <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2016/06/Modelo-de-evaluación-institucional-2016.pdf>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. McGraw: - Hill Interamericana.

- Constitución de la República de Ecuador*. (2008). Montecristi.
- Costa, J. (2009). *axiomas para las Dircom* (primera ed.). (U. A. barcelona, Ed.) Barcelona, España: Guada impresores. Recuperado el 4 de junio de 2018
- Digital, O. (2009). *Opygua Digital*. Obtenido de conceptos basicos comunicacion digital: <https://opyguadigital.wordpress.com/2009/04/04/conceptos-basicos-comunicacion-digital-internet-como-nuevo-medio/>
- Digitales, M. (2012). *Características de los Medios Digitales*. Obtenido de Características de los Medios Digitales: <http://mediosdigitales-mediosdigitales.blogspot.com/2012/05/caracteristicas-de-los-medios-digitales.html>
- Estudio, E. (10 de mayo de 2015). *Epimedia estudio*. Obtenido de epimedia estudio: <http://epimediaestudio.com/nuevos-medios-de-comunicacion-vs-medios-tradicionales/>
- Fotonostra. (s.f.). *Fotonostra*. Obtenido de Comunicación Digital: <http://www.fotonostra.com/digital/comunicacion.htm>
- Frigo, E. (s.f.). *Foro de Seguridad*. Obtenido de Qué es la Capacitación: <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- García Merly, G. V. (2013). Desarrollo Del Sistema De Seguimiento De Egresados e Implementacion Del Laboratorio De Base De Datos. 12. Portoviejo, Manabi, Ecuador. Recuperado el martes de mayo de 2018
- Garcia, J. m. (s,f). *El proceso de capacitaciòn*. Recuperado el 12 de junio de 2018, de El proceso de capacitaciòn: <http://www8.unileon.es/rec/calidad/grad/competencias.pdf>
- Gloria, S. V. (s.f.). *Eumed.net*. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de Eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/index.htm#indice>
- Goldhaber, G. (1984). *Comunicacion Organizacional*. Mexico, MEXICO: Diana S.A. Recuperado el 10 de JUNIO de 2018

- Gonzalez, I. (21 de Septiembre de 2016). *Ilifebelt* . Recuperado el 18 de Mayo de 2018, de Qué es Comunicación Digital y por que es Importante en las empresas: <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>
- Guadalupe, L. (2015). *Taller de Comunicaci{on Digital* . Recuperado el 18 de Mayo de 2018, de Taller de Comunicación Digital: <http://www.nacio.unlp.edu.ar/archivos/optativas2016/ComunicacionDigital.pdf>
- Guzmán Silva, S. F.-I. (enero de 2008). Estudio de seguimiento de egresados: recomendaciones para su desarrollo. *Innovación Educativa*, 8, 8. Recuperado el 11 de may0 de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/1794/179421234003.pdf>
- Hernandez, R. (01 de diciembre de 2017). *Marketing directo*. Obtenido de Marketing directo: www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definiciones-de-mercadotecnia-9
- Herramienta, I. M. (s,f). *Gestiòn de personas* . Recuperado el 12 de junio de 2018, de Gestiòn de personas : http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/mapa_competencias_como_base_de_referencia.pdf
- Iovino, G. (15 de Noviembre de 2015). *Características de la comunicación Digital* . Obtenido de Características de la comunicación Digital : <http://gustavoiovino.com/las-4-caracteristicas-clave-de-la-comunicacion-digital/>
- Iván, T. (Octubre de 2008). *Definición de Comunicación*. Obtenido de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- Lara, G. E. (s,f). *Universidad Isabel I*. Obtenido de Universidad Isabel I: <https://www.ui1.es/blog-ui1/universidad-isabel-i-alumno-estudiante-termino-correcto>

- León, A. (Octubre de 2007). Que es la Educación. *Educere*, 11(39), 11. Recuperado el 10 de junio de 2028, de <http://www.redalyc.org/pdf/356/35603903.pdf>
- Ley Orgánica de Educación Superior. (2010). *Ley Organica de Educación Superior*. Quito.
- Marketing. (2009). *ciberclick*. Obtenido de ciberclick: <https://www.cyberclick.es/marketing>
- Martínez A, N. (1998). *Comunicacion Organizacional Practica*. Mexico: Trillas.
Recuperado el 16 de Mayo de 2018
- Medrano, M. (marzo de 2012). *EUMED*. Recuperado el 6 de junio de 2018, de comunicacion interna en las organizaciones: <http://www.eumed.net/ce/2012/smm.html>
- Ministerio Nacional de Educación. (25 de octubre de 2007). *Seguimiento a Egresados* .
Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de Seguimiento a Egresados :
<https://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/article-136997.html>
- Morueta, R. T. (2012). *seguimiento a graduados* . Obtenido de el SG como indicador de calidad :
<http://repositorio.educacionsuperior.gob.ec/bitstream/28000/4840/12/Anexo%2012.pdf>
- Muñiz, R. (2010). *Marketing XXI*. Recuperado el 4 de junio de 2018, de la comunicacion interna: <https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- Nacional, M. d. (Diciembre de 2013). *Observatorio laboral de seguimiento a graduados* .
Obtenido de observatorio laboral de seguimiento a graduados :
<http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/propertyvalue-36279.html>
- Pavlica Caiza, P. (12 de 03 de 2014). *Repositorio Institucional de la UTPL (RiUTPL)*.
Recuperado el 18 de Mayo de 2018, de Propuesta de un plan de comunicación digital para la Universidad Andina Simon Bolivar , sede Ecuador:
<http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/9088>

- Pizzolante, I. (2004). *El poder de la Comunicación Estratégica*. Bogotá: Pontificia Universidad de Javeriana.
- REDU-EC. (junio de 2014). *Red Universitaria de Educación Continua*. Obtenido de Red Universitaria de Educación Continua: <http://www.rededuccioncontinua.cl/definicion-de-educacion-continua/>
- Saladrigas, H. (2006). *Imagen Institucional del complejo Agroindustrial*. HABANA, Cuba: Universidad de la Haban. Recuperado el 9 de Junio de 2018
- Schifrin, A. (enero de 2015). *Calidad educativa: políticas de seguimiento de graduados universitarios en universidades estatales*. Obtenido de Calidad educativa: políticas de seguimiento de graduados universitarios en universidades estatales: www.cyta.com.ar/ta1401/v14n1a5.htm
- Secretaría de Educación Pública. (s.f). *glosario de educación Superior*. Recuperado el 12 de junio de 2018, de Glosario de Educación Superior: http://dsia.uv.mx/cuestionario911/Material_apoyo/Glosario%20911.pdf
- Socorro, F. Y. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y prácticas Estratégicas* (Primera ed.). Mexico: Pearson Educación . Recuperado el 17 de Mayo de 2018
- Vela, M. d. (s.f.). *seguimiento de egresados/ Obstáculos y beneficios*. Recuperado el 12 de junio de 2018, de seguimiento de egresados/ Obstáculos y beneficios: http://www.posgrado.unam.mx/publicaciones/ant_omnia/33/11.pdf
- Vidal, J. (28 de noviembre de 2003). *Análisis de las competencias de los graduados*. Recuperado el 12 de junio de 2018, de Análisis de las competencias de los graduados: <http://www8.unileon.es/rec/calidad/grad/competencias.pdf>

ANEXOS

}



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DESARROLLO TURÍSTICO

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Estimados Compañeros:

Solicito su colaboración en la presente encuesta, proyecto de investigación, para conocer su criterio y con los resultados obtenidos desarrollar un Plan de Comunicación Digital para el Seguimiento a Graduados de la Carrera de Comunicación Social.

Marque con una X lo que crea conveniente :

Edad:.....

Género:.....

Carrera de especialización:.....

1. Año de grado:
 - 2014
 - 2015
 - 2016
 - 2017
2. ¿Ud. Trabaja?
 - Si
 - No

En caso de que su respuesta sea negativa continúe la encuesta en la pregunta 3

a. ¿Dónde?

.....

b. Años de trabajo en la empresa:

.....

c. Cargo que desempeña:

.....

d. ¿Qué dificultad ha encontrado para conseguir trabajo?

.....

e. Qué tiempo tardo en conseguir su primer empleo relacionado con su Profesión.

.....
f. ¿Por qué medio consiguió su primer empleo relacionado con su profesión?

- Relaciones y contactos personales
- Bolsas de empleos
- Medios de comunicación
- Otros

.....
3. ¿Ha recibido apoyo de la Universidad para encontrar trabajo?

- Si
- No

En caso que la respuesta sea positiva, qué tipo de ayuda ha recibido.

.....
4. ¿La Universidad ha ofertado actividades académicas para actualizar sus conocimientos, desde su graduación?

- Si
- No

5. ¿Qué aspectos considera debería renovar la Universidad para mejorar la relación con los graduados?

- Generar bolsas de empleo
- Capacitaciones
- Referencias
- Prácticas pre-profesionales
- Incubadora de empresas

6. ¿Considera Ud. que el seguimiento a graduados es importante para la Universidad?

- Si
- No

Por qué

.....
7. ¿Cuál de las siguientes actividades considera más relevante del proceso de Seguimiento a Graduados?

- Asesoramiento de entrevistas
- Formación complementaria
- Búsqueda de trabajo

8. Considera que una correcta gestión de seguimiento a graduados ayudaría a los titulados a:

- Crear vínculos con la Universidad
- Fomentar una educación continua
- Acceder a cursos y seminarios

- Acceder a becas de posgrado
 - Formar parte de proyectos de investigación
 - Ofertas laborales (bolsas de empleo)
9. ¿Qué herramientas digitales se debería utilizar para brindar información a los graduados?
.....
10. ¿Cree Ud. que la Educación Continua ayudaría para ubicar plazas de trabajo?
- Si
 - No
- Por qué
.....
11. Considera Ud. que es necesario un Plan de Comunicación digital para un eficaz seguimiento a graduados en la carrera de Comunicación Social.
- Si
 - No
- Por qué

PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA

Decano y Vicedecano

- La Facultad cuenta con un Sistema de Seguimiento Graduados?
- La Facultad mantienen contacto con sus graduados?
- Se ha programado un plan de capacitación continua para sus graduados?
- Considera necesario que las carreras tengan un Sistema de Seguimiento a Graduados?
- Han pensado en implementarlo?
- Por qué ?
- Se necesita recursos para su implementación?
- La Facultad tiene una bolsa de empleo?
- Se realizan estudios complementarios para la inserción laboral de sus graduados?
- Un Sistema de Seguimiento a Graduados permitirá cumplir con los indicadores de calidad?

Administrador de Unidad de Seguimiento

- La UEB cuenta con un Sistema efectivo de Seguimiento a Graduados?
- Cómo funciona?
- La Unidad de S. G. que actividades realiza?
- Cómo apoya a los graduados de las diferentes facultades?

Cuenta con una base de datos actualizada de los graduados de la Universidad, por facultades?

Desde cuando se da seguimiento a los graduados de la Universidad?

Se ha promovido un acercamiento con los graduados para conocer su situación laboral?

Tienen un plan de capacitación continua para los graduados?

El Sistema de Seguimiento a Graduados es un indicador de calidad, qué importancia se ha dado para la implementación de un Sistema eficiente?

Las facultades y sus carreras deben tener un Sistema de Seguimiento a sus graduados?

La Universidad tiene un bolsa de empleo?

Cuántos profesionales han conseguido trabajo a través de la Universidad?

Se realizan estudios complementarios para la inserción laboral de los graduados?

Director de Carrera

La Carrera de Comunicación debería tener un sistema de Seguimiento a Graduados?

Qué se ha hecho para su implementación?

Apoyaría la ejecución de este Sistema?

Es necesario recursos para ponerlo en funcionamiento?

Qué mecanismos propondría para el funcionamiento del Sistema?

Por qué considera importante el seguimiento a graduados?

Considera necesario que el Seguimiento a graduados cuente con estrategias?

Se realiza actividades de capacitación para los graduados?

La carrera debe generar una bolsa de empleo?

Se realizan estudios complementarios para la inserción laboral de los graduados?

Un Sistema de Seguimiento a Graduados permitirá cumplir con los indicadores de calidad?

FICHA DE OBSERVACIÓN

Fecha: ...02.../05...../...2018..

Investigador:.....

ASPECTOS A OBSERVAR:

| | REGULAR | BUENO | MUY BUENO |
|---|---------|-------|-----------|
| a) Presentación personal. | | | |
| b) Coherencia entre lo que dice y hace. | | | |
| c) Uso de la voz | | | |
| d) Desplazamiento en el trabajo | | | |

| | SI | NO |
|---|----|----|
| a) Los contenidos con los que trabaja son actualizados. | | |
| b) Demuestra dominio en el uso de tecnología | | |
| c) existe relación en los contenidos y el sector laboral | | |
| d) Promueve autoeducación | | |
| e) Recoge saberes y experiencias de sus compañeros | | |
| g) Se observa en el trabajo: | SI | NO |
| 1. Capacidad de ejecutar acciones | | |
| 2. expresión oral y escrita | | |
| 3. Actitudes | | |
| h) utiliza diversos métodos, técnicas y/o estrategias de Comunicación | | |
| i) Su trabajo es acorde a su título | | |
| j) Competencias laborales | | |

Imagen 1.-Pagina web



Imagen 2.-Inicio página web



Imagen 3.-Sección Estudiantes

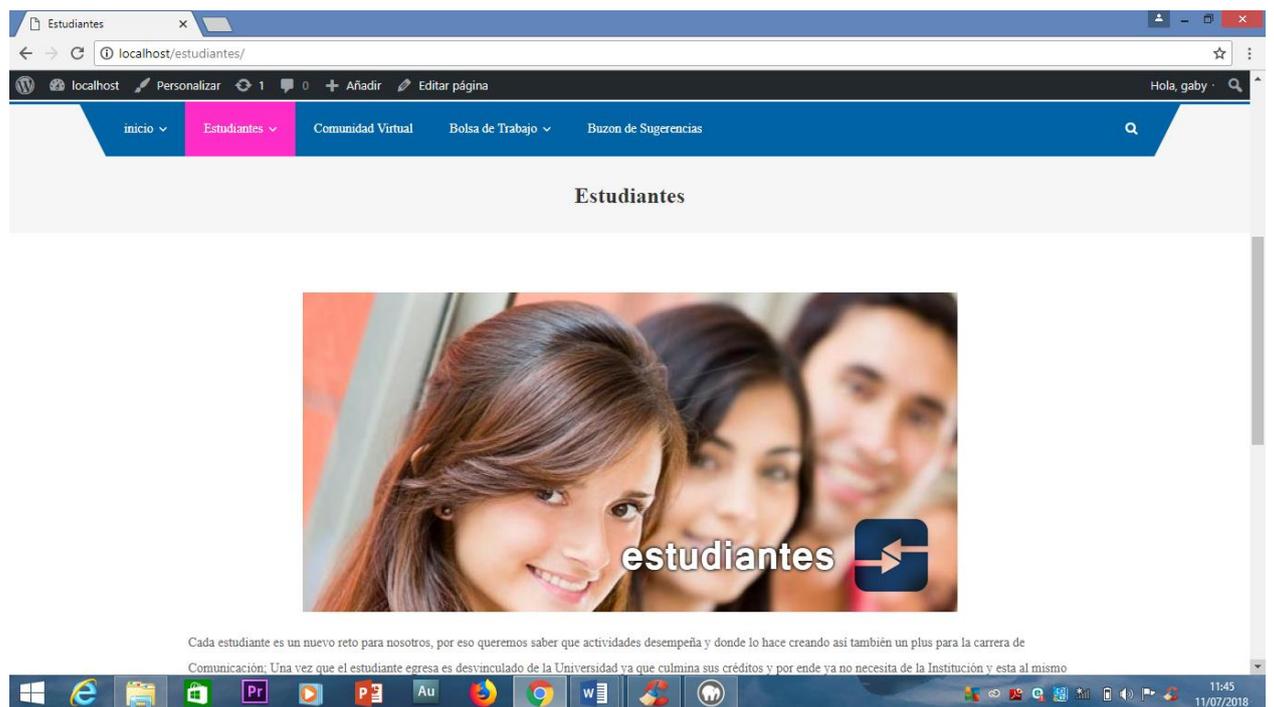


Imagen 4.-Sección buzón de Sugerencias

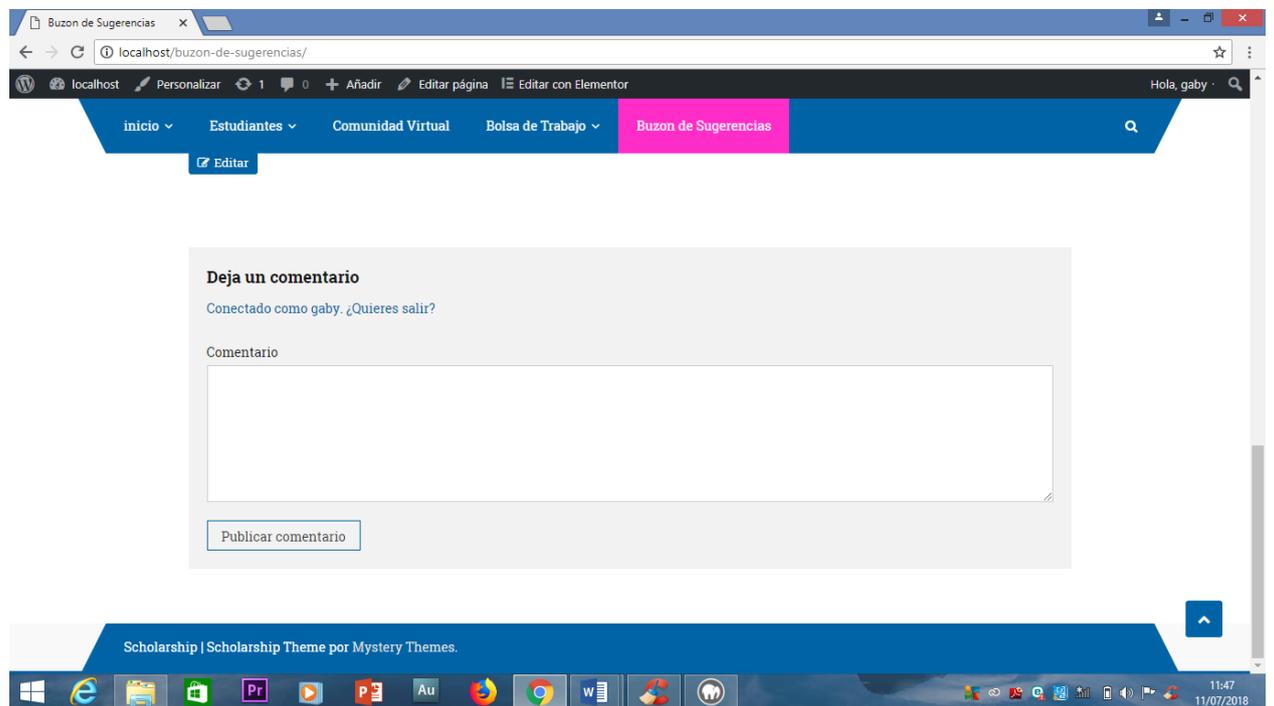
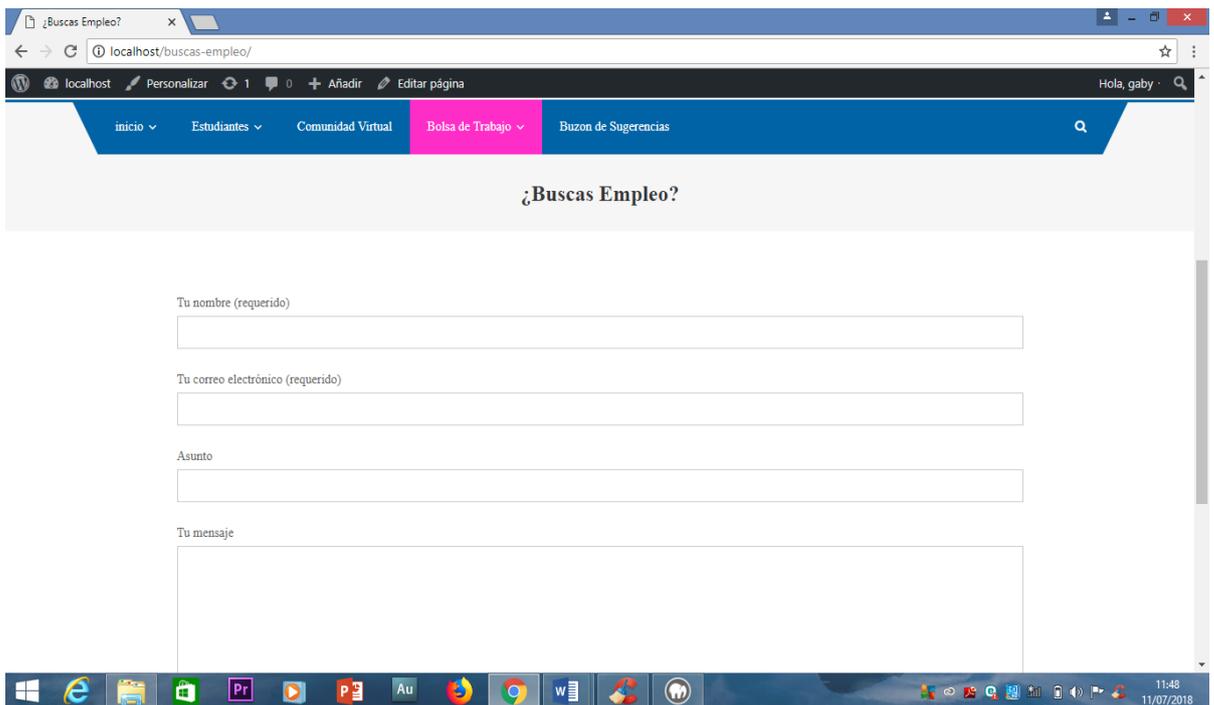


Imagen 5.- Sección Empleo



| Carrera | Nombre y Apellidos | Año de Grado |
|---------------------|--|---------------------|
| COMUNICACIÓN SOCIAL | ARELLANO RIVERA EDISON GIOVANI | 2014 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | MONTESDEOCA BRIONES ADRIANA CRISTINA | 2014 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | BORJA BONILLA CHRISTIAN GABRIEL | 2015 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | ORTIZ GONZALEZ ERVIN XAVIER | 2015 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | PEREZ YEPEZ HUGO GEOVANNY | 2015 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | SALTOS BAISILLA ALFONSO FERNANDO | 2015 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | SALTOS GAROFALO ALFONSO SANTIAGO | 2015 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | TUAPANTA SANCHEZ ERMEL IVAN | 2015 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | LUCIO RAMOS LUIS ELIAS | 2016 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | NARANJO RUIZ WILSON ENRIQUE | 2016 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | YANEZ GARCIA FRANKLIN DANILO | 2016 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | KIMENEZ CABRERA HENRY RAFAEL | 2016 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | VASQUEZ MORA ANA VICTORIA | 2016 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | TARIS MAJE EDGAR GONZALO | 2016 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | CUYAN CHIMBO CRISTIAN PAUL | 2016 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | SALTOS PALOMINO JOHANA ELIZABETH | 2016 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | ANCHUNDIA ACHUNDIA AURA DEYSI | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | AUCATOMA TANDAPILCO ANGEL PEDRO | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | CALIÑA ORTIZ JEFFERSON PAUL | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | CARVAJAL INCA SHERLEY TATIANA | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | CHASI SISA ELVIA BEATRIZ | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | CHASI SISA IVAN JULIAN | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | MANOSALVAS ORTIZ PACO ALEXANDER | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | MEDINA LOMBEIDA ANDREA ESTEFANI | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | MUCGUICHA CHIMBO DIEGO MAURICIO | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | PACHALA QUINATOA LUIS GERMAN | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | RAMOS GARCIA ESTUARDO ALEXANDER | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | REA AGUILAR ELSA MARQUESA | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | SOLANO FLORES MARTHA CECILIA | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | SOLARTE PAGALOS DANNY GUILLERMO | 2017 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL | VERDEZOTO SANCHEZ FERNANDO XAVIER | 2017 |