



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN  
CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL

**“DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y RELACIONES  
PÚBLICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN CULTURAL DE LA  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL”**

**Autora:** Evelyn Carolina Aguirre Peñafiel

**Directora:** Magda Giler Mendoza

Quito-Ecuador

Julio 2013

Del desarrollo y contenido del presente documento me responsabilizo en su totalidad, y doy fe de que se acudió a fuentes de información confiables y reales, así como también su proceso de investigación se realizó con seriedad y responsabilidad, planteando finalmente una propuesta bajo mi autoría.

Atentamente,

---

EVELYN CAROLINA AGUIRRE PEÑAFIEL

C.I. 172190797-8

## **Agradecimiento**

Quiero agradecer a Dios que permite que todo sea posible.

## INTRODUCCION

El presente trabajo de tesis, comparte al lector el desarrollo de estrategias de comunicación encaminadas a gestionar la imagen de una institución educativa en el ámbito cultural, partiendo de la implementación de una estructura sólida como eje fundamental del desarrollo cultural de la institución. Detallando definiciones básicas y específicas de comunicación, educación y cultura se procura demostrar la importancia de cada acción que se contempla dentro de la propuesta.

Se ha tomado como objeto de estudio a la Universidad Tecnológica Equinoccial Quito, institución que tiene como fin educativo el desarrollo de profesionales íntegros apoyándose en un proceso de aprendizaje centrado en la potenciación de todas sus capacidades humanas y el respeto a la diversidad de manifestaciones.

La institución tiene como una de sus principales preocupaciones el desarrollo cultural de la comunidad universitaria y la adecuada gestión de las inmensas oportunidades de enriquecimiento cultural que ofrece el día a día de una institución educativa, es importante reconocer el amplio y complejo espacio que ocupa la cultura en la sociedad y específicamente en el sector educativo, generando grandes desafíos debido a la diversidad de expresiones culturales y la difícil tarea de conseguir una participación dinámica de los públicos frente a la amplia riqueza de contenidos culturales que se puede abordar.

Se recolectó información valiosa acerca de la percepción del público interno referente al desarrollo cultural de la institución, detectando problemas y posibles soluciones para lograr los objetivos planteados, al desarrollar las estrategias y acciones de comunicación se analizó cuidadosamente la información por medio de casos de instituciones similares, criterios de expertos en temas culturales y educativos e información de primera fuente.

Este trabajo evidencia la importancia de una estructura que sea la encargada de planificar la gestión y desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial permitiendo que la institución cumpla con su planificación estratégica, consolide

sus valores corporativos por medio de acciones culturales y tribute a la sociedad con prácticas y desarrollo de contenido cultural valioso. Es importante resaltar que la participación de la comunidad universitaria es un punto clave para toda acción planteada, debido a que los mismos son protagonistas y beneficiarios, permiten que se genere riqueza y que la institución se trace objetivos más altos para cumplir sus expectativas.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>PROTOCOLO DE TESIS</b> .....	XIV
I.    TEMA.....	XIV
II.   PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. ....	XIV
III.  TÍTULO.....	XV
IV.   OBJETIVO GENERAL. ....	XV
IV.I. Objetivos específicos. ....	XV
V.    JUSTIFICACIÓN.....	XVI
VI.   IDEA A DEFENDER.....	XVII
VII.  VARIABLES.....	XVII
VII.I. Variable dependiente.....	XVII
VII.II. Variable independiente.....	XVII
<b>CAPÍTULO I</b> .....	18
1.    MARCO CONTEXTUAL: La gestión cultural como referente universitario.....	18
1.1.    MARCO INSTITUCIONAL.....	18
1.1.1.    Historia Universidad Tecnológica Equinoccial.....	18
1.1.2.    Reseña nuevo campus.....	20
✦    Facultad de Arquitectura, Artes y Diseño.....	22
✦    Facultad de Ciencias Económicas y Negocios.....	22
✦    Facultad de Ciencias de la Ingeniería.....	23
✦    Facultad de Ciencias de la Salud Eugenio Espejo.....	23
✦    Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.....	23
✦    Facultad de Turismo, Hotelería y Gastronomía.....	23
1.1.3.    Convenios de estudios.....	24
✦    Convenios internacionales.....	24
✦    Convenios nacionales.....	25
1.1.4.    Gobierno de la Universidad Tecnológica Equinoccial.....	26
1.1.5.    Estructura orgánica de la Universidad Tecnológica Equinoccial. ....	27
1.1.6.    Fines Educativos de la Universidad Tecnológica Equinoccial.....	28
✦    Ser una institución.....	28
✦    Direccionamiento estratégico.....	28
✦    Misión.....	28

^	Visión .....	28
^	Principios corporativos.....	28
^	Dedicación académica.....	30
^	Objetivos institucionales .....	30
1.1.7.	Modelo educativo y pedagógico.....	30
^	Enfoque del Modelo UTE .....	31
◆	Caracterización General .....	31
◆	Características del proceso educativo.....	31
◆	Respetar las diferentes formas y ritmos de aprendizaje. ....	32
◆	Objetivos del proceso de aprendizaje .....	32
◆	Criterios constantes en el proceso de aprendizaje .....	33
◆	Características de los protagonistas de la Universidad Tecnológica Equinoccial .....	34
★	Estudiantes .....	35
★	Docentes.....	36
★	Funcionarios, empleados y trabajadores .....	37
◆	Políticas para el diseño curricular.....	37
★	Formación humana .....	38
★	Formación básica .....	38
★	Formación profesional.....	38
◆	Líneas generales de trabajo .....	38
◆	Criterios para la selección de métodos y técnicas .....	40
1.1.8.	Cultura y deporte.....	42
^	Cultura.....	42
^	Deporte .....	43
1.1.9.	Lineamientos para la evaluación de los aprendizajes .....	44
^	Planteamiento del proceso de evaluación .....	44
^	Los aspectos que se evalúan.....	45
^	Evaluación .....	45
1.1.10.	Ejecución de programas y proyectos de vinculación con la colectividad 46	
^	Programas y proyectos.....	46
◆	De los proyectos .....	47
◆	Ámbitos de acción de los proyectos .....	49

1.2. MARCO LEGAL.....	53
1.2.1. Constitución De La República Del Ecuador .....	53
1.2.2. Ley Orgánica de Educación Superior .....	53
1.2.3. Ley de Cultura (Proyecto en proceso de aprobación) .....	54
1.2.4. Ley Orgánica de Educación Intercultural.....	54
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>56</b>
2. MARCO TEÓRICO: Comunicación, cultura y educación. ....	56
2.1. COMUNICACIÓN.....	56
2.1.1. Definición de comunicación .....	56
2.1.2. Proceso de la comunicación.....	58
2.1.3. Elementos de la comunicación.....	59
✦ Emisor .....	59
✦ Código.....	60
✦ Mensaje.....	60
✦ Canal.....	60
✦ Receptor.....	60
2.1.4. Comunicación Organizacional.....	61
✦ Comunicación interna.....	63
✦ Clima organizacional:.....	64
✦ Cultura organizacional .....	65
✦ Identidad.....	66
✦ Imagen.....	67
✦ Tipos de comunicación en la organización .....	68
★ Comunicación vertical ascendente .....	68
★ Comunicación vertical descendente .....	69
★ Comunicación horizontal.....	69
★ Comunicación informal.....	70
✦ Necesidades de públicos internos .....	70
✦ Comunicación corporativa externa.....	71
2.2. RELACIONES PÚBLICAS .....	72
2.2.1. Definición de Relaciones Públicas .....	72
2.2.2. Importancia de las Relaciones Públicas .....	74
2.2.3. Modelos de Relaciones Públicas .....	75



✧ Modelo de agente de prensa/publicity .....	75
✧ Modelo de información pública.....	75
✧ Modelo asimétrico bidireccional .....	76
✧ Modelo simétrico bidireccional .....	76
2.2.4. Programa de Relaciones Públicas .....	76
✧ Investigación.....	77
✧ Objetivos .....	78
◆ Tipos de objetivos .....	78
★ Objetivos informativos .....	79
★ Objetivos de motivación .....	79
✧ Estrategia.....	79
✧ Tácticas.....	79
✧ Cronograma .....	80
✧ Presupuesto.....	80
✧ Evaluación .....	81
2.2.5. Herramientas de las relaciones públicas .....	81
✧ Mensajes clave .....	81
✧ Mecenazgo .....	82
✧ BTL.....	82
✧ Folleto .....	83
✧ Fotografías.....	83
✧ Punto de información.....	83
✧ Organización de eventos.....	84
✧ Premios .....	84
✧ Web 2.0.....	84
2.2.6. Clasificación de públicos .....	85
✧ Público interno .....	85
✧ Público mixto.....	85
✧ Público externo .....	86
2.2.7. Relaciones públicas en el sector de la educación .....	86
2.3. CULTURA.....	89
2.3.1. Definición de cultura .....	89
2.3.2. Cultura y educación .....	92

2.3.3.	Cultura y comunicación .....	92
2.3.4.	Cultura y la práctica de las Relaciones Públicas .....	93
2.3.5.	Multiculturalidad .....	94
2.3.6.	Interculturalidad.....	94
2.3.7.	Desarrollo cultural .....	95
2.3.8.	Culturas en globalización.....	96
2.3.9.	Industrias culturales .....	97
✦	Derechos culturales .....	99
✦	Gestión Cultural .....	100
<b>CAPÍTULO III</b>	.....	<b>101</b>
3.	PROCESO DE INVESTIGACIÓN.....	101
3.1.	Introducción .....	101
3.2.	Objetivos de la investigación.....	102
✦	Objetivo general.....	102
✦	Objetivos específicos.....	103
3.3.	Tipos de investigación.....	103
✦	Investigación exploratoria.....	103
✦	Investigación descriptiva .....	103
✦	Investigación explicativa.....	104
3.4.	Métodos de investigación.....	104
✦	Método inductivo.....	104
✦	Método deductivo .....	105
✦	Método analítico .....	105
✦	Método sintético.....	105
✦	Método estadístico.....	105
3.5.	Fuentes de información.....	106
✦	Fuente primaria.....	106
✦	Fuente secundaria .....	107
3.6.	Metodología de investigación.....	107
✦	Sondeo de opinión.....	107
◆	Propósito del sondeo de opinión .....	107
◆	Instrumento .....	108
★	Encuesta escrita .....	108

◆	Muestra .....	108
^	Entrevista .....	108
◆	Propósito de la entrevista .....	108
◆	Muestra .....	109
^	Ficha de observación.....	109
◆	Propósito de la ficha de observación.....	109
◆	Instrumento .....	109
★	Ficha de observación .....	109
◆	Muestra .....	110
^	Revisión de literatura .....	110
◆	Propósito de la revisión de literatura .....	110
◆	Instrumento .....	110
★	Libros especializados .....	110
3.7.	Población y muestra.....	111
^	Población .....	111
^	Muestra .....	111
◆	Cálculo de la muestra de estudiantes .....	111
★	Nomenclatura .....	111
★	Desarrollo: .....	112
◆	Cálculo de la muestra de profesores y personal administrativo .....	112
★	Nomenclatura .....	112
★	Desarrollo: .....	113
3.8.	Diseño de la encuesta.....	113
3.9.	Presentación y análisis de resultados de encuestas realizadas a la comunidad universitaria. ....	114
3.9.1.	Sondeo de opinión destinado a estudiantes de la comunidad universitaria .....	115
^	Cuestionario realizado a estudiantes .....	119
◆	Información preliminar .....	119
★	Género .....	119
3.9.2.	Sondeos de opinión destinados a docentes y personal administrativo de la comunidad universitaria .....	138
^	Cuestionario realizado a profesores y personal administrativo: .....	141
◆	Información preliminar .....	141

★ Género .....	141
✦ Conclusiones de la investigación cuantitativa realizada a estudiantes .....	156
✦ Conclusiones de la investigación cualitativa .....	158
CAPÍTULO IV .....	161
4. PROPUESTA: Diseño de un plan de Comunicación Interna y Relaciones Públicas para el fortalecimiento de la gestión cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial	161
4.1. Determinación de los problemas de comunicación .....	161
4.2. FODA .....	162
Análisis FODA .....	162
Análisis del entorno (OA) .....	162
Análisis organizacional (FD) .....	162
Oportunidades .....	162
Fortaleza .....	162
Amenazas .....	164
Debilidades .....	164
4.3. Plan de Comunicación Interna y Relaciones Públicas para el fortalecimiento de la gestión cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial .....	165
✦ Objetivo general .....	165
✦ Objetivos específicos .....	165
✦ Público objetivo .....	166
✦ Descripción de las estrategias y tácticas de comunicación .....	167
✦ Cronograma .....	184
✦ Presupuesto .....	193
✦ Presupuesto general .....	195
✦ Matriz de evaluación .....	196
CAPÍTULO V .....	198
5. Conclusiones y recomendaciones finales .....	198
5.1. Conclusiones .....	198
5.2. Recomendaciones .....	200
BIBLIOGRAFÍA .....	202
NET-GRAFÍA .....	203

## TABLA DE CONTENIDO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Estructura Orgánica de la Universidad Tecnológica Equinoccial .....	27
Ilustración 2 Diagrama del Proceso de la comunicación.....	59
Ilustración 3 Pirámide de Maslow .....	71
Ilustración 4 Universidad Públicos .....	88

## TABLA DE CONTENIDO DE ANEXOS

Anexo 1 Constitución de la República del Ecuador .....	205
Anexo 2 Ley Orgánica de Educación Superior .....	208
Anexo 3 Ley de Cultura (Proyecto en proceso de aprobación) .....	209
Anexo 4 Ley orgánica de Educación Intercultural (Anexo 4) .....	216
Anexo 5 Fichas de observación .....	220
Anexo 6Entrevista a Economista Carlos Jaramillo .....	224
Anexo 7Entrevista al Licenciado Hernán Pernet .....	227
Anexo 8Entrevista a la Licenciada Cecilia Céspedes .....	230
Anexo 9Contrapropuesta Proyecto Departamento de Gestión Cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.....	233
Anexo 10 Reglamento del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial .....	241
Anexo 11Misión y visión Departamento de Cultura.....	244
Anexo 12Syllabus Modelo para grupos culturales.....	245
Anexo 13Convocatoria para conformación grupos culturales .....	251
Anexo 14Convocatoria Demos Vida a nuestra cultura.....	252
Anexo 15 Diseño de papelería tarjetas de presentación y proformas.....	253

## **PROTOCOLO DE TESIS**

### **I. TEMA.**

Plan de Comunicación Interna y Relaciones Públicas como aporte al desarrollo cultural de instituciones de educación superior.

### **II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

Uno de los determinantes para formar la imagen global de una institución, en este caso educativa, es la cultura, que llega a ser uno de los factores que determina la demanda de su público. Por esta razón se evidencia la importancia de trabajar en un plan de comunicación y relaciones públicas que permita la difusión de la imagen cultural de la institución, y permita nuevos espacios para que se den manifestaciones culturales a nivel interno y externo.

Toda institución educativa debe posicionarse, de tal manera que logre diferenciarse de las demás. En el Ecuador los esfuerzos que realizan al respecto, en su mayoría son encaminados al lado comercial, relegando las otras dimensiones, por esta razón en este estudio se busca resaltar la importancia de la gestión cultural y la proyección de la misma para construir una imagen sólida.

La Universidad Tecnológica Equinoccial, con más de 40 años de servicio al Ecuador, cuenta con una diversidad de ofertas educativas para sus más de nueve mil estudiantes de modalidad presencial Quito, como institución educativa responsable propicia actividades y manifestaciones culturales que permiten la interacción entre estudiantes, las mismas que no son difundidas óptimamente, pues no cuenta con un programa que le permita promover estas acciones.

Evidenciando la realización y el apoyo a este tipo de actividades, es necesario que la institución trabaje en acciones para dar a conocer su interés por promover y gestionar espacios que permitan la manifestación cultural de los estudiantes, y que logren convertirse en un fuerte atractivo para los aspirantes a carreras universitarias que oferta la universidad.

### **III. TÍTULO.**

Diseño de un Plan de Comunicación Interna y Relaciones Públicas para el fortalecimiento de la gestión cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

### **IV. OBJETIVO GENERAL.**

Promover la gestión cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial a través de un Plan de Relaciones Públicas y Comunicación.

#### **IV.I. Objetivos específicos.**

- ✦ Compilar la bibliografía afin al tema cultural y relacionado con las relaciones públicas en Instituciones educativas de nivel superior.
- ✦ Evidenciar la importancia de una promoción adecuada de la imagen cultural de la institución por medio de las relaciones Públicas.
- ✦ Identificar la percepción de los públicos internos sobre la imagen cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial, mediante un adecuado proceso investigativo.
- ✦ Diseñar una propuesta comunicacional efectiva que permita difundir la imagen cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- ✦ Plantear conclusiones y recomendaciones con base al estudio realizado.



## **V. JUSTIFICACIÓN**

La promoción de la imagen institucional en el área cultural de la Universidad tecnológica Equinoccial es fundamental al ser una institución que educa a futuros profesionales que se desenvolverán en el campo laboral y que dentro de su misión encierra un compromiso por formar profesionales íntegros que se encuentran inmersos en contextos sociales y culturales.

Desde la academia se evidencia la importancia de una formación integral de los estudiantes, que exige dar lugar a manifestaciones culturales, que permita una formación en valores, que promueva la capacidad de trabajar en grupos como profesionales, que respeten las características culturales de las personas con las que trabajarán.

La educación como una de las áreas más importantes de actuación humana, se convierte en un escenario productor y reproductor de cultura, que constituye una imagen consolidada para la institución, esta imagen se ve construida por todas las manifestaciones culturales y el apoyo a las mismas por medio de actividades o grupos que trabajan por la difusión de manifestaciones culturales y artísticas.

Como parte de las reformas que se han realizado en el sector de la educación, la ley exige el apoyo a las manifestaciones culturales y el respeto a las mismas, es decir una institución educativa no puede negar su distinción cultural, que si es bien difundida será el atractivo para estudiantes que busquen ofertas académicas que se conviertan en un espacio para desarrollar sus talentos profesionales y expresarse en un escenario que fomente las expresiones artísticas y culturales.

Por parte de la institución existe el apoyo a las manifestaciones culturales y la apertura a propuestas culturales, pero en la falta de difusión se evidencia el desinterés, y la baja acogida a las propuestas, provocando que no exista el reconocimiento por parte de los estudiantes, quienes deberían ser los principales actores o espectadores de estas actividades.

## **VI. IDEA A DEFENDER**

El diseño de un plan de comunicación y relaciones públicas permitirá gestionar de manera efectiva la imagen cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

## **VII. VARIABLES**

### **VII.I. Variable dependiente**

Imagen cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial

### **VII.II. Variable independiente**

Plan de Comunicación y Relaciones Públicas

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO CONTEXTUAL: La gestión cultural como referente universitario

#### 1.1. MARCO INSTITUCIONAL

##### 1.1.1. Historia Universidad Tecnológica Equinoccial

Conforme la Reseña Histórica publicada por los 40 años de vida institucional de la Universidad Tecnológica Equinoccial relatada por el Dr. Álvaro Trueba nos indica que en un inicio el Instituto Tecnológico Equinoccial fue creado por iniciativa de un grupo de ex alumnos de la promoción 1944 del Colegio San Gabriel: Dr. Gustavo Romero Arteta, Ing. Francisco Pinto Dávila, Ing. Arturo García, Ing. Ricardo Salazar, Ing. Rafael Lucio Paredes, Ing. Gonzalo Guayasamín, Dr. Jaime Verdesoto S.J., entre otros. El lema: “Nos educaron, eduquemos”, fue el mensaje que motivó al grupo a revertir a la sociedad los conocimientos adquiridos a través de la comunicación.

“El Instituto se creó el 11 de agosto de 1971, durante el gobierno presidido por el Doctor José María Velasco Ibarra, iniciándose con las carreras de Tecnología de Petróleos, Dirigentes de Empresas, Decoración y Hotelería.”<sup>1</sup> Tenía capacidad para impartir educación a nivel medio, sin asignación de recursos económicos por parte del Estado y sin contar instalaciones propias, funcionando en la sede social de ASIA, ubicada en los predios del Colegio San Gabriel. Los diseños curriculares respondían al propósito de proporcionar una carrera de corta duración que posibilite una rápida y temprana inserción de los egresados en el campo laboral.

Al producirse en el país el cambio de la dictadura al régimen constitucional en el año 1978, se cambiaron y se crearon leyes, se realizó una campaña en contra del

---

<sup>1</sup> Cfr. Universidad Tecnológica Equinoccial. *Historia Universidad Tecnológica Equinoccial*. [en línea]. Recuperado el 15 mayo de 2012, de: <http://ute.edu.ec>.

ITE debido al recelo y desconfianza de las universidades existentes. Todos estos hechos afectaron directamente al instituto que adelantándose a los acontecimientos propone el cambio de nombre de la institución por el de Universidad Tecnológica Equinoccial.

Tras superar varios obstáculos más como el drama por conseguir una infraestructura propia, falta de recursos económicos y el cambio de mandos políticos en el país, se suma esfuerzos y después de quince años de labor fructífera se logra la aprobación como Universidad Tecnológica Equinoccial por el Honorable Congreso Nacional mediante Ley No. 19 publicada en el Registro Oficial No. 377 del 18 de Febrero de 1986, con la estructura académica que mantenía el Instituto Tecnológico Equinoccial, agrupando las diversas carreras en seis Facultades: Ciencias Económicas, Ciencias de la Ingeniería, Artes y Diseño, Ciencias Administrativas Aplicadas, Ciencias Agropecuarias y Ciencias Sociales.

Varias objeciones se presentaron por parte del Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas, que no reconocían el derecho de la Universidad Tecnológica Equinoccial a participar de la partida especial de recursos que otorgaba el Estado, a pesar de que éste era un derecho que asistía a la Universidad; sin embargo, por parte del Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas(CONUEP) en ese entonces se hizo el pedido de inconstitucionalidad de la ley de creación de la UTE.

En busca de la defensa institucional se elaboró un documento con los fundamentos y antecedentes que ponían de manifiesto la falsedad de las afirmaciones que se hacían contra la institución, todas estas acciones fueron respaldadas por la comunidad universitaria; de esta manera, frente al Tribunal de Garantías se demostró la perfecta constitucionalidad y legalidad de la creación de la Universidad.

En el mes de abril del año 1987 la Universidad Tecnológica Equinoccial se incorpora al seno del CONUEP, prometiendo trabajar por la Universidad

Ecuatoriana. Es así como se logra aprobar el Estatuto de la Universidad Tecnológica Equinoccial, dando lugar a la asamblea universitaria y a la elección de los directivos de la institución.

Desde entonces la Universidad prosiguió sus actividades renovando y buscando nuevos contactos con otras instituciones de educación, trabajando su presencia a través de las relaciones internacionales y trabajando en mejoras del espacio físico. Se cuidó que todas las acciones correspondan a un progreso planificado que permita asumir el periodo de transición, asumiendo responsablemente la función académica.

La Universidad como espacio de desarrollo de la sociedad, filosóficamente está abierta a todas las corrientes del pensamiento universal, su eje de acción es la potenciación integral del ser humano y su entorno, con la práctica de los principios éticos, la motivación y sensibilización hacia el arte, la cultura, el ambiente y el deporte; fomentando particularmente, un alto sentido de respeto y responsabilidad consigo mismo y con el entorno.

### **1.1.2. Reseña nuevo campus**

Como parte primordial del plan de desarrollo se enunciaba el interés y la necesidad de contar con un espacio físico que permita la aplicación de una educación científica de nivel superior, con atención en la formación socio-humanística. Como parte del requerimiento se necesitaba equipamiento, laboratorios, ampliación de la biblioteca, espacios para actividades físicas y talleres, que son parte indispensable para la excelencia académica.

“Con el fin de dar solución a problemas propios de crecimiento y afrontar nuevos retos académicos se fundamenta el proyecto del nuevo campus de la Universidad,

que en la actualidad se lo ejecuta.”<sup>2</sup> El proyecto se lo construye en la Av. Occidental en la intersección con la Av. Mariana de Jesús, con la finalidad de ser el primer campus ecológico inteligente del país que albergará a más de 10 000 estudiantes dentro de sus 7 pabellones de aulas, en la actualidad cuenta con un edificio destinado al Instituto de Informática y Ciencias de la Computación garantizando un proceso dinámico de la enseñanza y brindando la oportunidad de acercarse objetivamente a los adelantos tecnológicos, a su lado funciona otro edificio destinado al Departamento de Idiomas que alberga laboratorios permitiendo un aprendizaje dinámico. Una moderna edificación alberga la biblioteca y el archivo de documentos; y, para satisfacer las necesidades personales de la comunidad universitaria se cuenta con un patio de comidas, comisariato, librería, papelería, centro de copiado, sala de internet, etc.

El campus cuenta con amplias áreas verdes que conjugan armoniosamente con las edificaciones, al presente el proyecto avanza exitosamente, trabajando en sus nuevas etapas con espacios para laboratorios y talleres, espacios para realizar proyectos de investigación, dirección de tesis y todas las actividades que permiten el correcto funcionamiento de la universidad.

Como parte indispensable del proyecto se contempla la construcción de un centro de artes, que contará con un teatro con capacidad para 800 personas, un centro de exposiciones para muestras nacionales e internacionales, salas de conferencias y otros espacios para el desarrollo cultural.

Para atender varias actividades físicas se planea la construcción del edificio de deportes, que contará con un moderno coliseo para 2 000 espectadores, gimnasio, canchas de deportes para espacios cerrados y oficinas para atender los diversos

---

<sup>2</sup>Cfr. Trueba, A. (2010). *Reseña Histórica 40 años de vida institucional Universidad Tecnológica Equinoccial*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial. P. 27-32

requerimientos de esta rama, en los exteriores existirán canchas para fútbol, básquet, tenis y voleibol.

Para lograr que el proyecto del nuevo campus sea integral se ha previsto la construcción del hospital universitario, lugar donde se brindará atención a los estudiantes y permitirá la práctica universitaria, se atenderá la demanda de aparcamiento con 1 500 puntos, cubriendo la demanda existente. De esta forma se pretende la construcción de un campus inteligente que poco a poco se está haciendo realidad con el apoyo de de toda la comunidad universitaria.

En la actualidad la Universidad cuenta con seis facultades y una diversidad de carreras:

#### **✦ Facultad de Arquitectura, Artes y Diseño**

- Arquitectura
- Arquitectura de Interiores
- Diseño de Modas
- Restauración y Museología

#### **✦ Facultad de Ciencias Económicas y Negocios**

- Ingeniería de Empresas y Negocios
- Ingeniería en Comercio Exterior, Integración y Aduanas
- Ingeniería en Marketing
- Ingeniería en Finanzas y Auditoría, CPA
- Ingeniería en Administración del Talento Humano

## ✦ **Facultad de Ciencias de la Ingeniería**

- Ingeniería de Alimentos
- Ingeniería Automotriz
- Ingeniería Ambiental y Manejo de Riesgos Naturales
- Ingeniería Informática y Ciencias de la Comunicación
- Ingeniería en Mecatrónica
- Ingeniería de Petróleos
- Ingeniería Industrial y de Procesos

## ✦ **Facultad de Ciencias de la Salud Eugenio Espejo**

- Medicina
- Odontología
- Tecnología en Emergencias Médicas

## ✦ **Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación**

- Diseño Gráfico Publicitario
- Educación Inicial
- Periodismo
- Publicidad y Gestión
- Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

## ✦ **Facultad de Turismo, Hotelería y Gastronomía**

- Gastronomía



- Administración Hotelera
- Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Conservación Ambiental

### 1.1.3. Convenios de estudios

“La Universidad Tecnológica Equinoccial es miembro de importantes organizaciones universitarias tales como: la Asociación de América Latina y el Caribe para la integración (AUALCPI), la Unión de Universidades y Escuelas Politécnicas (UDUAL), la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) y la Corporación Ecuatoriana de Universidades Particulares (CEUPA).”<sup>3</sup>

La Universidad ha suscrito convenios con Instituciones de Educación superior y empresas del Ecuador, Latinoamérica, Norteamérica y Europa; con el fin de facilitar el intercambio de estudiantes y docentes y fomentar la creación de redes de investigación.

#### ✦ Convenios internacionales

- Tsinghua University Beijing Pr, China.
- XI’an International Studies University, China.
- Technische Universitar Munchen, Alemania.
- Instituto Superiore Di Design Di Napoli, Italia .
- Universidad de KURSK, Rusia.
- Universidad de Bruselas.

---

<sup>3</sup> Cfr. Universidad Tecnológica Equinoccial. *Modelo educativo y pedagógico Universidad Tecnológica Equinoccial*. [en línea]. Recuperado el 15 de mayo 2012, de: <http://ute.edu.ec>.

- Universidad de las Palmas de Gran Canaria, España.
- Universidad Pablo de Olivade de Sevilla, España.
- Universidad Politécnica de Madrid, España.
- Universidad Politécnica de Valencia.
- Instituto del Frío del Consejo Superior de Investigaciones Científicas y la Facultad de Farmacia de la Universidad Complutense de Madrid, España.
- EUSKAL Universidad País Vasco, España.
- Universidad de Kentucky, Estados Unidos.
- Universidad de Nuevo México, Estados Unidos.
- College of Charleston, Estados Unidos.
- Dade College de Miami, Estados Unidos.
- Universidad Argentina John F. Kennedy, Argentina.
- Escuela Superior de Hotelería y Gastronomía del Mar de Plata, Argentina.
- Universidad Federal de Pelotas, Brasil.
- Universidad Marítima de Chile, Chile.
- Fundación para la Tecnología y el Desarrollo Latinoamericano.
- Servicio Alemán de Intercambio Académico (DAAD).
- Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia.
- Universidad ICESI, Colombia.
- Escuela de Agricultura de la Región Tropical Húmeda, Costa Rica.
- Universidad de la Habana, Cuba.

### ✦ **Convenios nacionales**

- Escuela Politécnica Nacional.
- Universidad del Azuay.
- Universidad Estatal del Sur de Manabí.
- Universidad Politécnica Salesiana – Museo Amazónico.
- Universidad Técnica de Manabí.
- Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

- Universidad Técnica Particular de Loja.

#### **1.1.4. Gobierno de la Universidad Tecnológica Equinoccial**

Es ejercido jerárquicamente por los siguientes organismos y autoridades:

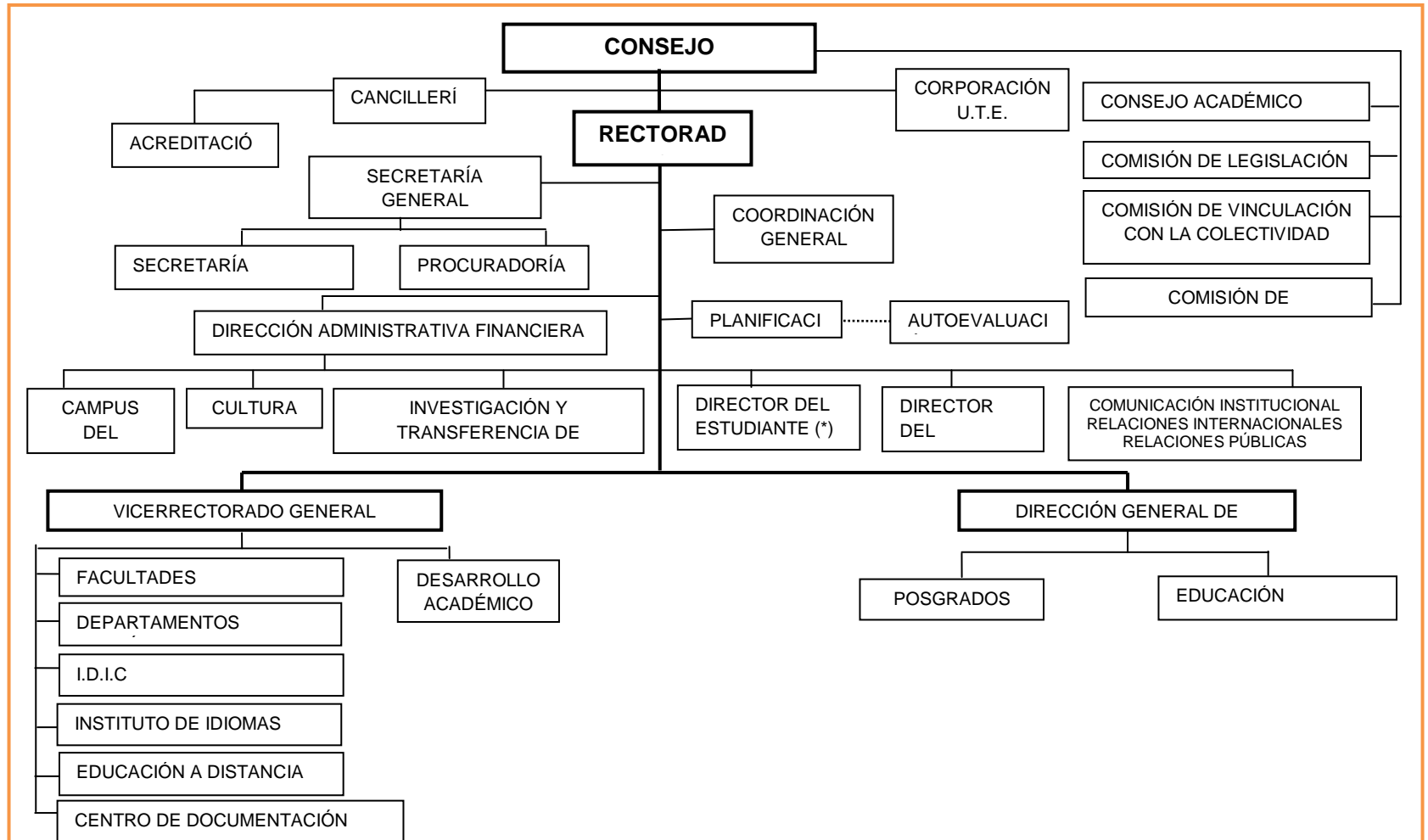
- a. Consejo Universitario,
- b. Rector,
- c. Vicerrector General Académico,
- d. Organismos y Autoridades de las Facultades; y,
- e. Director General de Posgrados.

Los organismos y autoridades de las Facultades:

- a. Consejo Directivo de Facultad,
- b. Decano; y,
- c. Subdecano.

La estructura académica y administrativa de la Universidad es aprobada por el Consejo Universitario y se regirá por las normas establecidas en el Reglamento General.

### 1.1.5. Estructura orgánica de la Universidad Tecnológica Equinoccial.



**Ilustración 1 Estructura Orgánica de la Universidad Tecnológica Equinoccial**

Fuente: (Aprobada mediante Resolución de Consejo Universitaria N°. 19-CU/UTE. De 31 de Julio del 2001).

Elaborado por: Evelyn Aguirre

## **1.1.6. Fines Educativos de la Universidad Tecnológica Equinoccial**

### **✦ Ser una institución**

Creadora del conocimiento que incida en la construcción de una mejor sociedad.  
Ser conciencia social, referente crítico social, de identidad y cultura.

### **✦ Direccionamiento estratégico**

La planificación estratégica de la Universidad está direccionada por lo siguiente

### **✦ Misión**

Formar con excelencia y liderazgo profesionales íntegros, comprometidos con el desarrollo de la ciencia y la sociedad.

### **✦ Visión**

Ser una Universidad de trascendencia académica en América Latina.

### **✦ Principios corporativos**

Respeto que se expresa en:

- Libertad.
- Honestidad.
- Lealtad.
- Solidaridad.
- Justicia.
- Equidad.
- Integridad.
- Transparencia.

## ✧ **Dedicación académica**

- Proceso de inter-aprendizaje en función de la pertenencia institucional y pertinencia social.
- Respeto a los derechos humanos.
- Concientización en la protección al ambiente.
- Responsabilidad social y servicio a la comunidad.
- Reconocimiento a la igualdad de oportunidades.

## ✧ **Objetivos institucionales**

Los objetivos institucionales de la Universidad Tecnológica Equinoccial son:

- Formar profesionales íntegros, investigadores y emprendedores para que lideren una gestión socialmente responsable.
- Generar y acceder al conocimiento que apoye el desarrollo institucional y de la sociedad.
- Fortalecer vínculos con los distintos sectores de la sociedad mediante programas permanentes de apoyo.
- Establecer innovadores procesos de calidad, que garanticen el desempeño exitoso de la docencia, investigación, interacción con la sociedad y la gestión universitaria como un medio para alcanzar lo expuesto.

### **1.1.7. Modelo educativo y pedagógico**

La elaboración del modelo fue llevada a cabo por varios profesionales y equipos de expertos, cumpliendo varias fases, en el año 2008.

## ▲ **Enfoque del Modelo UTE**

### ◆ **Caracterización General**

- Al ser humano se lo concibe como una unidad, indivisible, irreplicable, perfectible, razón de ser de la Universidad; persona activa que construye el conocimiento de forma crítica, rigurosamente científica, responsable y cooperativa, para la integración y transformación de la sociedad.
- Potencializa el análisis y la praxis de los principios corporativos de la UTE en el proceso educativo. La práctica del respeto, honestidad, solidaridad, coherencia, responsabilidad, justicia, equidad, transparencia, permiten la realización humana de todos los/as actores/as de la comunidad universitaria.
- El conocimiento se construye en una relación dialógica, incorpora la tecnología como un componente estratégico para su generación.
- La UTE es un sistema integrado que impulsa la interrelación armónica entre sus distintas unidades académicas y administrativas con la colectividad, y contribuye a la formación de una sociedad justa, equitativa, solidaria, soberana y responsable.

La metodología para operativizar el modelo es por medio de la formación por competencias, es decir por medio del desarrollo de capacidades integrales

### ◆ **Características del proceso educativo**

Se propone un proceso de aprendizaje centrado en la potenciación de todas las capacidades humanas, que se desarrollan como un todo complejo, y son saberes inter y transdisciplinario.



Aprendizajes en que el conocimiento es significativo por lo que es generado, apropiado y transformado en el contexto de su aplicación e implicaciones; relacionado con los conocimientos anteriores, la participación en el proceso de aprendizaje como ser activo, es imprescindible. Los saberes son válidos si son relevantes y pertinentes.

◆ **Respetar las diferentes formas y ritmos de aprendizaje.**

Los aprendizajes se construyen de forma colaborativa y cooperativa, con los/as demás a partir del diálogo, respetando formas y ritmos de sus actores. Así mismo, los conocimientos se construyen en interacción entre las diferentes disciplinas, de forma inter y transdisciplinaria.

La relación entre estudiante y docentes (facilitadores/as de aprendizajes y participantes), es de sujeto a sujeto, concepción en la que “el educando es educador y el educador es educando; es decir nadie educa a nadie, nadie se educa solo, los seres humanos se educan entre sí, en, con y para el mundo” (Paulo Freire).

Propicia el desarrollo del espíritu creativo y emprendedor como base del crecimiento personal y socio/económico de la sociedad.

Fundamenta la organización curricular en base a problemas y proyectos integradores, utilizando preferentemente metodologías y técnicas participativas.

◆ **Objetivos del proceso de aprendizaje**

- El desarrollo integral de la personalidad del estudiante, es decir activar la apropiación de conocimientos y habilidades intelectuales propias de cada

especialidad en estrecha interacción con la formación de sentimientos, cualidades, principios, convicciones e ideales.

- La unidad de lo cognitivo, afectivo, volitivo, social y ecológico.
- Buscar situaciones que permitan generar acción del pensamiento, plantear problemas a solucionar y alternativas para llegar a la creación de nuevas situaciones.
- El desarrollo de la capacidad de aprender de forma independiente, autorregularse, así como la capacidad de conocerse y transformarse a sí mismo y a la sociedad, de forma creadora, desde el aprendizaje de los contenidos curriculares.
- El desarrollo de la capacidad de aprender durante toda la vida, a partir del dominio de habilidades y estrategias para aprender a aprender y la necesidad de continuar en su formación con autonomía durante toda la vida.

#### ◆ **Criterios constantes en el proceso de aprendizaje**

- Formación en la que se consolide la interacción académica, investigativa y profesional.
- Interacción dialógica entre la teoría, la práctica y la investigación desde los primeros niveles de formación para el logro de competencias.
- Utilización de métodos y técnicas, participativas experienciales, que lleven al estudiante a la resolución de problemas, que sean capaces de aprender de forma activa, independiente, creativa, emprendedora y en cooperación con otros.
- Formación de una actitud para el aprendizaje durante toda la vida.
- Fortalecimiento de la capacidad para orientarse en el mundo de la información, para seleccionar, organizar, procesar y aplicarla en las diferentes situaciones.
- Desarrollo de la capacidad investigativa, que le permita solucionar problemas en el campo de su profesión y en el campo social.

- Desarrollo de capacidades comunicativas, que le permita socializar resultados de investigaciones o de su ámbito profesional en congresos, eventos, publicaciones, entre otros.
- El diseño curricular es integrador, con una cosmovisión sistémica, esto significa sustituir el pensamiento compartimentado y buscar la fortaleza en la totalidad.

Nos aproximamos a una nueva forma de pensar la realidad, si la ciencia mecanicista aspiraba al conocimiento de lo universal, la ciencia de la complejidad aspira al conocimiento de la diversidad y lo particular.

Los objetivos de aprendizaje, incluyen contenidos que garantizan la apropiación de conocimientos y nuevas formaciones de pensamiento requeridas para la realización de diferentes tipos de actividad; a su vez, los conocimientos que se proponen tienen estrecha vinculación con otros que están en su base, según la lógica de la interrelación que se produce entre los conocimientos científicos.

Es importante incluir contenidos instrumentales que funcionen como medios de realización de la actividad profesional en las actuales condiciones socio/históricas, como la habilidad para trabajar en equipos, la capacidad de liderazgo, el uso de recursos informáticos, el manejo de otro idioma además del materno, entre otros.

### **◆ Características de los protagonistas de la Universidad Tecnológica Equinoccial**

El modelo UTE, concibe a la persona como una unidad dialógica, dentro de un contexto histórico, cultural, social, político, ético, estético; unidad que facilita los procesos educativos, para la construcción crítica permanente del conocimiento, incorporando el uso de las nuevas tecnologías; sin perder de vista las especificidades de sus roles.

## ★ **Estudiantes**

El estudiante UTE, al finalizar su carrera estará en capacidad de desempeñarse dentro, fuera del país y en la región con eficacia y eficiencia; para ello, la UTE asume las siguientes competencias sobre la base del Proyecto Tuning.

- a. Capacidad de análisis/síntesis, relacionamiento, inducción/deducción, generalización, conceptualización y aplicación práctica del conocimiento.
- b. Capacidad de comunicación oral y escrita.
- c. Capacidad para organizar y planificar el tiempo.
- d. Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión.
- e. Responsabilidad institucional, social y compromiso ciudadano.
- f. Capacidad de comunicación en un segundo idioma.
- g. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.
- h. Capacidad de investigación.
- i. Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente.
- j. Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.
- k. Capacidad crítica y auto crítica.
- l. Capacidad para actuar en nuevas situaciones.
- m. Capacidad creativa.
- n. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.
- o. Capacidad para tomar decisiones.
- p. Capacidad de trabajo en equipo.
- q. Habilidades inter personales.
- r. Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes.
- s. Compromiso con la preservación del ambiente.
- t. Compromiso con su entorno socio-cultural.
- u. Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad.
- v. Habilidad para trabajar en contextos internacionales.

- w. Habilidad para trabajar en forma autónoma.
- x. Capacidad para formular y gestionar proyectos.
- y. Actitud de respeto a sí mismo y a los demás.

### ★ **Docentes**

Los docentes de la UTE, en coherencia con el modelo educativo de Institución, deberán desempeñarse con las siguientes competencias:

- a. Conocimientos actualizados en la disciplina de su especialidad.
- b. Manejo eficiente del lenguaje académico.
- c. Actitud para dialogar y debatir experiencias y conocimientos en general.
- d. Capacidad para aprender, desaprender y re aprender.
- e. Actitud para investigar.
- f. Capacidad de comunicación en un segundo idioma
- g. Habilidad para diseñar y aplicar estrategias metodológicas participativas.
- h. Habilidad para el manejo de las TICs como estrategia metodológica.
- i. Capacidad para formular y gestionar proyectos.
- j. Capacidad crítica y autocrítica.
- k. Capacidad creativa y proactiva.
- l. Habilidad para relacionarse interpersonalmente y resolver conflictos.
- m. Habilidad para trabajar en equipo.
- n. Habilidad para facilitar los aprendizajes y motivar a la persona y a los grupos.
- o. Habilidad para propiciar el desarrollo del pensamiento y el desenvolvimiento autónomo de las/os estudiantes.
- p. Actitud de responsabilidad institucional, social y compromiso ciudadano.
- q. Compromiso con la preservación del ambiente y la cultura.
- r. Actitud de respeto a la diversidad y multiculturalidad.
- s. Actitud de respeto a sí mismo y a los demás.

## ★ **Funcionarios, empleados y trabajadores**

- a. Conocimientos actualizados para la función que desempeña.
- b. Actitud para dialogar y debatir experiencias y conocimientos en general.
- c. Capacidad para aprender, desaprender y re-aprender.
- d. Habilidad para el manejo de las tics como herramienta de trabajo.
- e. Capacidad para formular y gestionar proyectos.
- f. Capacidad crítica y autocrítica.
- g. Capacidad creativa y proactiva.
- h. Habilidad para relacionarse interpersonalmente y resolver conflictos.
- i. Habilidad para trabajar en equipo.
- j. Habilidad para posibilitar el desarrollo personal de sus compañeros y colaboradores.
- k. Actitud de responsabilidad institucional, social y compromiso ciudadano.
- l. Compromiso con la preservación del ambiente y la cultura.
- m. Actitud de respeto a la diversidad y multiculturalidad.
- n. Actitud de respeto a sí mismo y a los demás.
- o. Actitud de óptimo servicio a los usuarios.

## ◆ **Políticas para el diseño curricular**

Las políticas son lineamientos generales que se toman en cuenta para el diseño de cualquier carrera y éstas responden al Modelo Educativo y Pedagógico de la UTE.

El Modelo Educativo y Pedagógico de la UTE, plantea los perfiles profesionales por competencias y los ejes curriculares del pènsum que se organizan de la siguiente manera:

### ★ **Formación humana**

El propósito de este eje es aportar al desarrollo de la persona, siendo coherente con lo planteado en el modelo, donde el centro del proceso de aprendizaje es el ser humano y su entorno, por lo que es común a todas las carreras y puede ubicarse en cualquier nivel de la Carrera.

### ★ **Formación básica**

El propósito es proporcionar habilidades y conocimientos de iniciación a los estudios universitarios, e introducir a los estudiantes en los contenidos de la especialidad.

### ★ **Formación profesional**

El propósito es el de proporcionar habilidades y conocimientos característicos de la especialidad.

Sugerencia de peso curricular para los ejes disciplinares:

Formación humana 10%

Formación básica 40%

Formación profesional 50%

### ◆ **Líneas generales de trabajo**

Para efectivizar el Modelo se consideran algunas líneas generales de trabajo:

- Creación de espacios de participación activa y democrática de los miembros de la institución;

- Implementación permanentemente de acciones conducentes a la reflexión, actualización y desarrollo profesional de los/as docentes;
- Ubicación de la institución como fin de desarrollo y transformación educativa; y finalmente,
- Concreción de una política de evaluación, seguimiento y monitoreo, que apunte el proceso de transformación institucional.

Es necesario situar al/la docente como uno de los sujetos fundamentales de este proceso; esto implica direccionar el trabajo educativo hacia una plena participación, armonizando la centralización y descentralización y elevando los niveles de autonomía y toma de decisiones profesionales que favorezcan la innovación institucional.

En cuanto a la actualización y desarrollo profesional, el principio metodológico que se corresponde con los referentes expuestos, concibe como vía fundamental para el cambio en el desempeño profesional, la autoformación en la profesionalización docente, tanto a nivel individual como grupal. Esta propuesta se sustenta en participación activa, creatividad, motivación y resignificación del trabajo educativo en procura de la innovación profesional.

También es importante mencionar el carácter esencialmente humano de la actividad docente, que requiere de:

- Establecimiento de relaciones empáticas con los/as participantes en el proceso,
- Profundo respeto a la dignidad humana,
- Actitud democrática en el proceso de comunicación,
- Comprensión, solidaridad, eliminación de toda forma de exclusión y discriminación,
- Justicia y objetividad en la toma de decisiones, entre otras.



En conclusión se plantea que la formación profesional, se desarrolle en condiciones de plena comunicación entre todos/as los/as miembros/as de la comunidad educativa. La activación de las potencialidades docentes y de los/as demás miembros de la comunidad universitaria, constituyen una tarea prioritaria para concretar una vía fundamental del desarrollo de la educación en el país.

### ◆ **Criterios para la selección de métodos y técnicas**

En consecuencia con los planteamientos precedentes, se propone como lineamiento de trabajo universitario, la metodología experiencial participativa, caracterizada por ser reflexiva, creativa, crítica, productiva y abierta. Con la utilización de técnicas interactivas y de manera especial las de problematización del aprendizaje a través de la investigación como transversalidad con vigilancia permanente de la rigurosidad científica que caracteriza el quehacer universitario.

Se plantea:

- La búsqueda de situaciones que permitan generar acción del pensamiento, que planteen problemas y creen alternativas para propiciar nuevos aprendizajes.
- La formulación de problemas de diversa complejidad, motivando la investigación y búsqueda de soluciones de forma independiente y creativa.
- Utilización de técnicas lúdicas que permitan al/a estudiante ser espontáneo
- Utilización de diversos espacios de aprendizaje (más allá del aula).

Se aplican diversas técnicas que guardan coherencia con las líneas planteadas anteriormente y que además contribuyan al desarrollo de competencias:

- Talleres.
- Estudio de caso.
- Aprendizaje en grupo por tareas.
- Proyectos.
- Aprendizaje a partir de una vivencia o experiencia.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Mesas redondas.
- Debates.
- Foros.
- Vídeo foro.
- Foros virtuales.
- Chat.
- Conversatorios.
- Simulaciones.
- Otros.

### **1.1.8. Cultura y deporte**

#### **▲ Cultura**

La universidad apoya las manifestaciones culturales como actividades permanentes, se ha integrado el grupo de teatro La Huella, reconocido en otras instituciones universitarias de varias provincias y fuera del país; el coro polifónico que es de altísima calidad, merecedor de premios en los concursos que ha sido partícipe; la estudiantina digna representante de la institución, ha realizado varias presentaciones impecables que permitieron firmar un convenio con la Fundación Guayasamín para organizar una exposición anual de pintura a nivel nacional de la que son partícipes todas las facultades de arte del país; el grupo de danza invitado ilustre de varios eventos a nivel nacional e internacional permite que las manifestaciones folklóricas sean conocidas y admiradas a través del baile y el carisma de los integrantes del grupo.

Todos los grupos mencionados son integrados por estudiantes que enriquecen a los grupos con su desempeño y talento, siendo merecedores a una beca por su desarrollo académico y cultural.

Constantemente se desarrollan seminarios, congresos y talleres de contenido social, llegando a ser un gran aporte para la comunidad universitaria. Dentro de la programación de la universidad se contemplan actividades cuyo contenido permiten el desarrollo integral de los estudiantes.

## ▲ Deporte

El deporte nace con la Universidad, enfrentando en un inicio circunstancias adversas, para luego descubrir figuras del deporte nacional, el club deportivo ha cosechado varios triunfos a través de las prácticas del baloncesto, voleibol, fútbol y otras prácticas deportivas. Uno de los principios motivadores es el proporcionar al estudiante un desarrollo moral y físico equilibrado como factor indispensable en su educación integral.

Al contar con un nuevo campus, la Universidad pretende aprovechar los nuevos espacios deportivos para formar estudiantes que puedan demostrar su capacidad deportiva y seguir obteniendo preseas por su excelente desarrollo. El deporte en todas sus ramas dentro de la institución se dirige, fomenta, se busca organizar competencias dentro y fuera de la Universidad, procurando la adquisición y administración de campos deportivos y de más bienes para el incremento del deporte.

Los equipos conformados dentro de la Universidad ofrecen una diversidad de oportunidades para que los estudiantes se desarrollen en el aspecto deportivo.

El equipo de fútbol, que ha conquistado varios logros llegando a ascender a categoría profesional; en otro ámbito deportivo el equipo de tae kwon do ha obtenido varios campeonatos universitarios; el equipo de atletismo se coloca como bicampeón nacional interuniversitario en los dos años de participación; el trabajo realizado por el equipo de voleibol ha sido reconocido últimamente recibiendo varias invitaciones para participar en campeonatos locales de gran importancia. Como apoyo al deporte el equipo de cheerleaders entrena arduamente teniendo como resultado coreografías impresionantes reconocidas a nivel nacional e internacional, al igual que el grupo de dance, que son los shows más aplaudidos dentro de la institución.

### 1.1.9. Lineamientos para la evaluación de los aprendizajes

“La evaluación se la concibe como un componente del proceso educativo que se caracteriza por ser integral, participativa, contextual, permanente y transformadora.”<sup>4</sup>

Es un proceso de realimentación mediante el cual los/as estudiantes, los/as docentes y la institución obtienen información cualitativa y cuantitativa sobre el grado de adquisición, construcción y desarrollo de las competencias, teniendo en cuenta tanto los resultados finales como el proceso, con base a parámetros y normas consensuadas, a partir de lo cual se toma decisiones sobre: la formación, estrategias docentes, estrategias de aprendizaje, medios educativos y políticas institucionales. Su finalidad es servir de instrumento o recurso para que el personal de la comunidad universitaria, desarrolle actitudes reflexivas de crítica y autocrítica que permitan superar limitaciones para avanzar hacia el crecimiento organizativo y personal.

#### ✦ Planteamiento del proceso de evaluación

- Ofrecer información necesaria para planificar y tomar decisiones antes, durante y después de una etapa de trabajo;
- Precisar los criterios para mantenerlos, continuarlos y/o reproducirlos; los errores para enmendarlos y superarlos y, las necesidades de recursos para buscar las formas de proveerlos;
- Identificar los logros y los aspectos a mejorar en los procesos de aprendizaje de los/as estudiantes tanto en el tiempo inmediato como en el futuro; y,

---

<sup>4</sup> Cfr. Universidad Tecnológica Equinoccial (2012), *Modelo educativo y pedagógico Universidad Tecnológica Equinoccial*. [en línea]. Recuperado de: <http://ute.edu.ec>.

- Establecer la coherencia entre fines, acciones y métodos con las estructuras organizativas y con los lineamientos universitarios.

### ✦ **Los aspectos que se evalúan**

- La organización y planificación de cada programa y/o evento educativo;
- La ejecución;
- Las respuestas actitudinales de los/as participantes frente al programa o evento;
- El nivel de asimilación de aprendizajes;
- El desarrollo de capacidades;
- Los resultados o productos de la intervención educativa en el desempeño profesional y social, en definitiva la formación de competencias.

### ✦ **Evaluación**

- Integral: Valora todos los elementos que intervienen en el proceso educativo.
- Participativa: Con la intervención de todos los/as miembros/as de la comunidad universitaria.
- Contextual: Considera todos los aspectos del entorno que inciden en el proceso educativo.
- Permanente: Se realiza antes, durante y después de cada proceso universitario.
- Transformadora: Provoca cambios personales e institucionales.

### **1.1.10. Ejecución de programas y proyectos de vinculación con la colectividad**

El 18 de noviembre del año 2009, en la ciudad de Quito, el Doctor Álvaro Trueba Barahona, expidió el Instructivo para la ejecución de programas y proyectos de vinculación con la colectividad considerando lo siguiente:

La vinculación con la colectividad tiene como fin articular estrategias integrales que permitan relacionar a la Universidad con la sociedad a través de acciones que atiendan problemas prioritarios para el desarrollo nacional.

#### **✦ Programas y proyectos**

Art. 1.- Los programas de vinculación con la colectividad, constituyen el nexo que posibilita la relación directa y permanente entre la Universidad y su entorno, y entre aquella y las realidades productivas y sociales; comprende toda la oferta de proyectos inherentes a la formación académica y humanista que se imparte en la UTE.

Las facultades, departamentos, institutos, direcciones, y estamentos, de los distintos campus de la Universidad deberán crear programas de vinculación con la colectividad, los mismos que se instituyen como una alternativa formadora de la integralidad de los estudiantes, del fortalecimiento de la docencia y de la interacción entre la comunidad universitaria en general y la sociedad; para tal efecto:

a) Los programas de vinculación con la Colectividad, deberán ser consensuados entre las distintas unidades, el Vicerrectorado General Académico y la Dirección de Vinculación con la Colectividad, quienes a su vez los someterán a consideración de la Comisión de Vinculación con la Colectividad para su análisis y aprobación.

b) A fin de legitimar la presencia de la Universidad en la sociedad, a través de la ejecución de sus programas y proyectos, será necesario contar con un convenio, contrato o acuerdo suscrito por el señor Rector de la Universidad y el representante legal de la entidad o del colectivo beneficiario involucrado, a fin de determinar los términos y alcance de lo acordado; previo informe del Procurador de la Universidad.

#### ◆ De los proyectos

Art. 2.- Los programas de vinculación serán alimentados por proyectos, los cuales deberán surgir como elemento coadyuvante a la solución de problemáticas puntuales previamente diagnosticadas, o como manifestaciones voluntarias de acercamiento, participación e integración con la sociedad.

a) Los proyectos, surgirán por iniciativa de cualquier unidad académica, dependencia administrativa o estamentos de la Universidad; sin embargo, docentes, estudiantes, empleados y trabajadores, podrán presentar sus propuestas ante la máxima autoridad de la unidad a la que perteneciera a través de los responsables de vinculación, para su aprobación; con observancia a lo establecido en este instructivo, y al procedimiento y metodología definida por la Dirección de Vinculación con la Colectividad.

b) Luego de aprobado un proyecto podrá iniciar la fase de ejecución según el cronograma planteado, proceso que será asistido por el responsable encargado de Vinculación en la Unidad Académica.



c) Los recursos financieros que requiera cada proyecto deberán ser incluidos en el presupuesto anual de actividades, dejando además abierta la posibilidad a la cooperación pública, privada e internacional. Su utilización se basará en criterios de eficacia y eficiencia

d) La Dirección de Vinculación con la Colectividad, deberá conocer los proyectos, podrá verificar el avance y ejecución de los mismos y custodiará los formatos de presentación y los informes finales con sus respectivas evidencias; a más de lo establecido en el Reglamento de la Comisión de Vinculación con la Colectividad.

e) El informe final de los proyectos que surjan en las unidades académicas, será presentado ante el Vicerrectorado General Académico, dentro de los diez días posteriores a la culminación del mismo, de acuerdo al formato proporcionado por la Dirección de Vinculación con la Colectividad, al que se anexará: 1) La certificación del docente responsable de la vinculación sobre la culminación del proyecto, 2) La certificación del docente tutor informando las áreas de trabajo y su focalización para posibles temas de investigación, 3) La certificación de impacto de la institución beneficiaría, 4) copia del convenio, contrato, o acuerdo, 5) copia de los certificados emitidos a los participantes; y, 6) Certificación de la biblioteca de recepción del proyecto y su informe final.

f) Con el fin de poner a disposición de la comunidad universitaria los aportes realizados en los proyectos será necesario que los responsables de la ejecución del mismo entreguen una copia a la biblioteca; dependencia que extenderá una certificación de recepción, la cual será anexada al informe final.

g) En cuanto a las demás dependencias será necesario emitir un informe evaluando la intervención y señalando las conclusiones a las que se ha llegado, en un plazo no mayor a diez días de la culminación del proyecto y anexando las evidencias respectivas en disco compacto con formatos PDF.

h) De requerir un plazo adicional para la entrega del informe final, la autoridad o responsable de la unidad, podrá otorgar una prórroga de hasta diez días adicionales, por una sola vez.

i) Los responsables de los proyectos y sus autoridades, tendrán la obligatoriedad de mantener los registros actualizados, a través de la herramienta informática que el IDIC implemente para el efecto.

### ◆ **Ámbitos de acción de los proyectos**

Art. 3.- La vinculación universitaria y sus proyectos estarán direccionados desde los siguientes ámbitos de acción así:

a) Vinculación de ámbito *Académico, Formativo e Investigativo*: Son aquellos proyectos que buscan propiciar la transferencia del conocimiento, con apego a las áreas de profesionalización de las unidades académicas, a favor de un tercero, para que éste pueda responder de mejor manera a los retos del tiempo y las circunstancias, a través de actividades como: la investigación, la adaptación a nuevas tecnologías, mejora de la calidad, el diagnóstico, la evaluación, la innovación, y la planeación, entre otros.

b) La Dirección de Investigación y Transferencia de Tecnología ITT, procura incentivar y desarrollar la actividad investigativa de la Universidad, generando una relación dinámica entre ésta y la innovación, influyendo principalmente en los procesos de generación de conocimiento, productivos, tecnológicos y de desarrollo de los sectores de la sociedad, para finalmente transferirlos a los beneficiarios, como producto de vinculación, procurando así la apropiación social de los conocimientos generados en la Universidad. Sus políticas, estrategias y lineamientos son definidos por la Comisión de Investigación y se las realiza en base a los requerimientos sociales permanentemente determinados mediante el relacionamiento directo con los actores sociales más significativos así como la

articulación con las competencias y potencialidades de cada una de las instancias académicas que tiene la Universidad a nivel nacional.

c) Vinculación de ámbito *Desarrollo y Cooperación Ambiental*: Está orientado a formular y ejecutar proyectos que propicien mejorar la calidad de vida de los sectores de la sociedad, manteniendo como premisa la sostenibilidad de los mismos; sus áreas de trabajo se circunscriben a: desarrollo humano y liderazgo, diseño e imagen, infraestructura física, infraestructura virtual, fomento económico productivo, servicios y gestión ambiental.

d) La Estación Pindo - Mirador, es la dependencia que conserva y protege las especies y ecosistemas de la microcuenca de bosques tropicales de la Amazonía, ejecuta proyectos de recuperación de hábitats de reforestación, además fomenta procesos educativos y formativos a nivel local y nacional; para lo cual se apoya en la cooperación internacional con instituciones dedicadas a la investigación biológica.

e) Vinculación de ámbito *Voluntariado Universitario*: Constituye un programa de la Universidad, y es una de las estructuras solidarias de interrelación con la sociedad; con su integración a las actividades se favorece la promoción de los valores institucionales como: solidaridad, equidad, justicia, integridad, compromiso, responsabilidad social y el servicio a la comunidad.

Se podrá ejercer individualmente o en equipo, a través de los convenios o mecanismos de representatividad suscritos por la Universidad, que se encuentren debidamente registrados en la Dirección de Vinculación con la Colectividad, los cuales serán ofertados a todas las unidades.

Los proyectos de voluntariado, de iniciativa de los estudiantes, docentes, empleados y trabajadores, deberán ceñirse al procedimiento establecido en este instructivo.

f) Vinculación de ámbito *Cultural*: Está dirigido al fomento de las expresiones culturales de la sociedad, y se ejercerá a través de los proyectos que se propongan ante las comisiones de cultura de los respectivos campus.

g) Vinculación de ámbito *Deportivo - Recreativo*: La Dirección de Deportes, deberá crear proyectos tendientes a fomentar e impulsar, el deporte y la recreación de los integrantes de la comunidad universitaria; a través de la realización de eventos y de la incorporación de disciplinas deportivas a favor del estudiantado y la comunidad.

h) Vinculación mediante la *Prestación de Servicios de Extensión*: La Dirección de Extensión Universitaria generará una permanente oferta de servicios académicos, a los sectores de la sociedad que demanden actualización, capacitación y la cooperación a través de las especialidades formativas de la Universidad inherente a sus áreas de profesionalización; los cuales se impartirán a través de talleres, cursos, seminarios y demás recursos formativos; mismos que se ejercerán de manera amplia a través de los organismos públicos y privados nacionales e internacionales, capaces de contratar sus servicios a beneficio de terceros.

i) Vinculación mediante *la Investigación de Mercados, el Perfeccionamiento Académico V la Actualización*: La Dirección General de Posgrados, busca fomentar la educación especializada, a través de la oferta académica, con base a la renovación sistemática de los conocimientos en directivos, técnicos y especialistas de entidades públicas y privadas que requieren mejorar su desempeño e iniciativas de tipo estratégico. Los trabajos finales de graduación serán planteados con evidente soporte investigativo y sus conclusiones capaces de ser transferidas a la sociedad como producto de vinculación con la colectividad. A través de la investigación de mercados podrá confrontar las necesidades de actualización profesional de la sociedad y emprender programas abiertos de educación continua.

j) Vinculación mediante la *Generación Bibliográfica V la Divulgación*: La generación bibliográfica de la Universidad deberá ser preferentemente de la siguiente clase:

- Publicación de investigación científica y tecnológica
- Publicación de reflexión y análisis
- Publicación de gestión

## 1.2. MARCO LEGAL

Es necesario señalar documentos legales que servirán como norma suprema para el desarrollo cultural:

### 1.2.1. Constitución De La República Del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador busca ser un documento holístico que sea el referente para “el buen vivir” de la sociedad ecuatoriana, por ende el tema cultural merece ser parte del mismo, es así como dentro de la constitución se garantizan los derechos culturales de los ciudadanos y su libertad de expresión.

La Constitución vigente formulada en el año 2008 aborda la necesidad de construir una forma de convivencia ciudadana, reconociendo la diversidad y la armonía con la naturaleza.(Anexo 1)

### 1.2.2. Ley Orgánica de Educación Superior

La Ley de Educación Superior exige grandes esfuerzos a las universidades del país, tanto en la infraestructura como en lo académico. El sistema de educación superior forma parte del sistema nacional de inclusión y equidad social y tiene como propósito garantizar el pleno ejercicio del derecho a la educación superior de los ciudadanos.

La educación superior de carácter humanista, científico y cultural es un bien y un servicio públicos que se prestará, a través de las instituciones del sistema de educación superior, parte importante de las preocupaciones de una institución de

educación superior es el desarrollo cultural de su comunidad, fomentando su manifestación y su aporte a la sociedad. **(Anexo 2)**

### **1.2.3. Ley de Cultura (Proyecto en proceso de aprobación)**

Reconociendo la importancia de la cultura en el desarrollo de la sociedad es necesario formalizar su campo de acción y su importancia como parte de la memoria de un pueblo.

Recordando la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Declaración Universal de la Unesco sobre la diversidad cultural y los otros instrumentos universales y regionales pertinentes; se reafirma que los derechos humanos son universales, indivisibles e interdependientes, y que los derechos culturales son, al igual que los otros derechos humanos, expresión y exigencia de la dignidad humana. **(Anexo 3).**

### **1.2.4. Ley Orgánica de Educación Intercultural**

Es preciso reconocer la importancia de una educación intercultural a la hora de ofrecer respuestas adecuadas a las necesidades sociales, por ello, la educación en la diversidad no va a ser una fuente de enfrentamientos, sino un componente que enriquezca la cultura.

Para que una institución de educación se desenvuelva de forma adecuada en las sociedades democráticas, es imprescindible que adquiera unas auténticas competencias interculturales, logrando que su nivel de formación intercultural sea

elevado, el hecho de que su comunidad proceda de culturas diferentes, lejos de suponer un problema, debe plantearse como una oportunidad para educar en base a valores democráticos. **(Anexo 4)**.



## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO: Comunicación, cultura y educación.

#### 2.1. COMUNICACIÓN

##### 2.1.1. Definición de comunicación

La comunicación es tan antigua como la existencia del hombre, su sentido es muy amplio debido a que permite el encuentro del individuo con su entorno, es necesario definirla en este caso con una aplicación apegada al ámbito de estudio, siendo que la comunicación no es un objeto, sino una amplia área de estudio es susceptible a ser estudiada desde varios enfoques disciplinarios y principalmente como generadora de cultura.

“La comunicación es la facultad que tiene el ser vivo de transmitir a otro u otros informaciones, sentimientos y vivencias.”<sup>5</sup>

Como lo señala Moisés Limón en su libro *Imagen corporativa*, la comunicación es una facultad del ser vivo que permite recibir e interpretar mensajes, permitiendo el intercambio de información, que tras el análisis será transformado en conocimiento. Se evidencia que la comunicación es un proceso ya que en el mismo intervienen componentes irremplazables y es necesaria una respuesta.

“Comunicación es el proceso mediante el cual se transmiten significados de una persona a otra.”<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> LIMÓN, M. (2008), *Imagen corporativa: estrategia organizacional de comunicación global*, México: Trillas, P.13

<sup>6</sup> ARANGUREN, J. (1967), *La comunicación humana*, México: Herrero Hermanos Sucesores, P.37.

La comunicación como un proceso permite la interacción social y es productora de cultura, considerando que la transmisión de mensajes es modificada por los diferentes criterios, aportando significados desde la experiencia de cada individuo.

Se puede considerar que mientras ocurre el proceso los involucrados encuentren diferentes significados al mensaje, pero esto depende de cómo este es estructurado y la cantidad de información transmitida.<sup>7</sup>

Como lo señala Mariola García la comunicación consiste en la transmisión de un mensaje de un individuo o entidad a otra con una finalidad y utilizando el medio que se considere adecuado.<sup>8</sup> La comunicación a lo largo del tiempo ha logrado ser la herramienta clave para el entendimiento y el desarrollo, es decir el comunicarse no es una simple actividad; sino que es un proceso mucho más complejo por ende debe ser algo planificado, estructurado y que logre conseguir objetivos.

Todo ser humano posee información y tiene la necesidad de comunicarla, por medio del lenguaje o sus gestos, inclusive de forma involuntaria, sin necesidad de un objetivo prefijado, aunque tenerlo es lo óptimos

Para los seres humanos la comunicación es un acto propio, que nace de la necesidad de interactuar con el resto de personas, debido a su naturaleza de dependencia a un grupo, de ser influenciado o influenciar o por el simple hecho de obtener información de su entorno.

---

<sup>7</sup>Cfr. Borlandelli, P. *Tema 6: El proceso de comunicación*. [en línea]. Recuperado el 27 marzo 2012, de: <http://lenguayliteratura.org/mb/index.tema-6-el-proceso-de-comunicación>.

<sup>8</sup> Cfr, GARCÍA, M. (1995), *Las claves de la publicidad*, Madrid:Esic, P.17.

### 2.1.2. Proceso de la comunicación

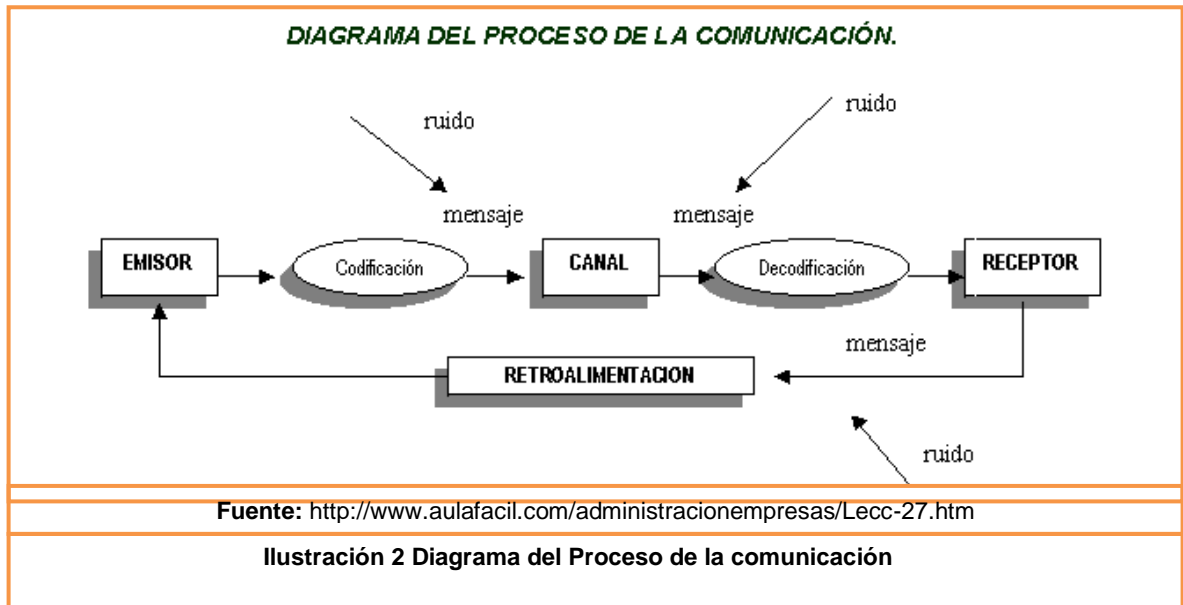
A medida que la teoría de la comunicación ha ido avanzando se puede decir que el proceso comunicativo permite enviar y recibir información, donde los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas tienen un papel fundamental; es decir, el proceso tiene una razón intencional de transmitir el mensaje y permitir la interacción entre individuos, que implica la reciprocidad dentro de la sociedad.

Este proceso permite transmitir información mediante señales y supone la existencia de un emisor que por medio de un código emite un mensaje con un fin determinado en un contexto dado, para que el mensaje viaje por medio de un canal llegando así al receptor quién lo decodificará.<sup>9</sup>

Todo proceso tiene un fin determinado que se cumple a través de la coordinación de actividades y la conjunción de elementos que son indispensables para que se dé el evento.

---

<sup>9</sup> Cfr. Borlandelli, P. *Tema 6: El proceso de comunicación*. [en línea]. Recuperado 27 marzo 2012, de: <http://lenguayliteratura.org/mb/index.tema-6-el-proceso-de-comunicación>.



### 2.1.3. Elementos de la comunicación

La comunicación como proceso requiere de dos elementos fundamentales que son el emisor y receptor, pero para que la comunicación sea reconocida como un proceso ordenado necesita de un mensaje que incluya información a transmitir, así como de un medio para transmitirlo que es el canal y al tratarse de un proceso bilateral requiere el retorno de la información que se refiere a la retroalimentación, que comúnmente no es tomado en cuenta como elemento clave para el proceso de comunicación.<sup>10</sup>

#### ✦ Emisor

Es quien inicia la comunicación al emitir el mensaje generalmente con una intención determinada. Su función es cifrar signos para transmitir una información descifrable.

<sup>10</sup>Cfr. Caldeiro, G. *Un modelo para el proceso de comunicación*. [en línea]. Recuperado el 19 de agosto 2012, de: [http://comunicacion.idoneos.com/index.php/Teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n/Un\\_modelo\\_para\\_el\\_proceso\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](http://comunicacion.idoneos.com/index.php/Teor%C3%ADa_de_la_comunicaci%C3%B3n/Un_modelo_para_el_proceso_de_la_comunicaci%C3%B3n)

### ✧ **Código**

Es un conjunto de signos y normas estructuradas en los que la información que se trasmite está cifrada.<sup>11</sup> En el caso del ser humano el código que se emplea para comunicarse es la palabra.

### ✧ **Mensaje**

Es el resultante de la selección de determinados signos y su combinación aplicando normas, el mismo depende de la situación temporal o la desigualdad de conocimiento.

### ✧ **Canal**

Es el medio mediante el cual se transmite el mensaje.<sup>12</sup> Es decir el soporte por el que viaja el mensaje, debe ser el adecuado conforme las condiciones del ambiente y de acuerdo al tipo de información que contiene facilitando así la comprensión del mensaje previniendo posibles fallas en la recepción e interpretación del mensaje por haber elegido un canal inadecuado.

### ✧ **Receptor**

Es quien decodifica e interpreta el mensaje. Traduce a una clave los propósitos del mensaje.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup>Cfr. Borlandelli, P. *Tema 6: El proceso de comunicación*. [en línea]. Recuperado el 27 de marzo 2012, de: <http://lenguayliteratura.org/mb/index.tema-6-el-proceso-de-comunicación>.

<sup>12</sup> O'Sullivan, J. (1996). *La comunicación humana*, Caracas: Publicaciones UCAB, 3ra Edición. P.27

<sup>13</sup> O'Sullivan, J. (1996). *La comunicación humana*, Caracas: Publicaciones UCAB, 3ra Edición. P.30

#### 2.1.4. Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional tiene un enfoque interno y externo de la organización, se ocupa de la optimización de los flujos de comunicación para incluir a todos los miembros de la empresa. Los procesos de comunicación que se dan entre ellos involucran a todas las actividades en relaciones de interdependencia.

Por otro lado, la teoría de las relaciones públicas en este ámbito la describen como una disciplina “mediante la cual se analiza y se evalúa la opinión y actitud de los públicos de una organización y se lleva a cabo un programa de acción planificado y continuo de comunicación.”<sup>14</sup> La gestión de comunicación cambia la conducta organizacional a través del desarrollo de la empresa. Los procesos en los que está inmersa esta gestión no son solamente internos sino también en aquellos donde la organización interactúa.

Miguel Ritter en su libro *Cultura Organizacional* indica que la comunicación organizacional puede ser resumida a intercambio, definiéndola como parte de todo.<sup>15</sup>

De otro lado, la comunicación organizacional también contribuye en el logro de la coherencia interna de las organizaciones en la toma de decisiones y acciones dentro de sus áreas, o dependencias y, desde un componente subjetivo, la comunicación organizacional orienta las actitudes de los miembros de éstas, los cuales deben corresponder a la cultura organizacional deseada.

Como lo indica Moisés Limón la Comunicación Corporativa se desarrolla en el momento en que una institución transmite mensajes a sus públicos, con la

---

<sup>14</sup>Bonilla, C. (1994). *La Comunicación, función básica de las Relaciones Públicas*. México: Trillas. P. 41.

<sup>15</sup> Cfr, Ritter, M. (1999). *Cultura Organizacional*. Buenos Aires:La Crujía Ediciones. P. 10

finalidad de dar a conocer su filosofía y forma de actuar para lograr una vinculación o reconocimiento positivo entre ambos.

Los mensajes emitidos por las organizaciones pueden ser voluntarios o involuntarios, ya que toda organización con el hecho de existir trasmite comunicados a su entorno, conscientes de esta realidad la comunicación corporativa busca que este proceso sea planificado, dinámico y concreto, que use las herramientas adecuadas para sus públicos.

La percepción de los públicos toma un papel fundamental, su opinión acerca de la organización es la que permite el logro de objetivos, se puede considerar que el público para una organización es su motor, todo esto se puede dar por la comunicación y de mejor forma si ésta es gestionada oportunamente.

Es necesario que toda organización tenga políticas de comunicación, donde los puntos de partida estén claros, la estrategia comunicacional esté bien direccionada tras un análisis que identifique los problemas que enfrenta la organización, de esta forma se podrán cumplir con los estándares de calidad que toda organización debe plantearse. Una organización al nutrirse de información interna y externa, debe dirigir estrategias comunicacionales a cada uno de estos sectores, que permitan su funcionamiento interno y puedan llevar de mejor manera la relación con su entorno.

Como lo indica Van Riel, Gees en su libro Comunicación Corporativa, “la política de comunicación coherente contribuye positivamente a una imagen favorable de cada elemento individual, quien , a su vez, trabaja positivamente para contribuir a

la correcta actuación de la empresa”<sup>16</sup>, dentro del proceso de comunicación interna se pueden producir manifestaciones externas fragmentadas y las organizaciones son conscientes del peligro las mismas es por eso que se da énfasis a eficacia y eficiencia del esfuerzo de la comunicación.

### ✦ **Comunicación interna**

Comprende los mensajes que se transmiten, reciben e intercambian dentro de la estructura de la entidad, esta comunicación se dirige al cliente interno, es decir al trabajador estimulando la satisfacción del personal y por tanto la rentabilidad final de la entidad.

La gestión de la comunicación interna es hoy una herramienta institucionalizada en las grandes empresas, produciendo innumerables mejoras a la rentabilidad empresarial, es importante que las herramientas de comunicación interna surjan de una auténtica cultura empresarial convencida de esta necesidad, si no es el caso al aplicar las herramientas comunicacionales por más eficaces que sean no servirán o no tendrán resultados óptimos.

La comunicación interna debe encontrarse en el plan estratégico de la empresa, considerando a la comunicación interna como la herramienta de gestión y pieza clave de desarrollo. Es necesaria por su capacidad de dinamizar el conjunto social de la empresa<sup>17</sup>, permitiendo obtener favorablemente la implicación, participación y pertenencia de los distintos miembros de la organización.

Es importante que dentro del proceso de comunicación interna se integren a todos los miembros de la organización tanto de alta como de baja jerarquía para que

---

<sup>16</sup> Van, G. (1997). *Comunicación Corporativa*. Madrid:Prentice Hall. P.1

<sup>17</sup> Cfr. Limón, M. (2008), *Imagen corporativa: estrategia organizacional de comunicación global*, México: Trillas. P.19



exista una mejor comprensión de la misión de la organización, objetivos y planes, cubriendo así la necesidad de motivar a su talento humano.

### **Las funciones principales de la comunicación interna**

1. Afianza, fomentar o cambiar la cultura corporativa existente.
2. Apoyar el logro de los objetivos, las políticas, los planes y programas corporativos.
3. Generar entendimientos de los temas complejos en audiencias internas cada vez más diversificadas.
4. Satisfacer las necesidades de información y comunicación de las audiencias internas.
5. Construir una identidad de la empresa en un clima de confianza y motivación.
6. Profundizar el conocimiento de la empresa como entidad.
7. Desarticular las subculturas negativas como por ejemplo las de los departamentos como compartimientos estancos.
8. Hacer públicos los logros conseguidos por la empresa.
9. Permitir a cada empleado expresarse ante la dirección general, cualquiera sea su posición en la escala jerárquica de la organización.
10. Promover una comunicación entre los miembros de la organización en todos los niveles.
11. Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.
12. Facilitar la integración de las realizaciones personales con las institucionales.
13. Reducir los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros.

**Fuente:**RITTER, Miguel, "Cultura Organizacional", La Crujía, Buenos Aires, Argentina. 1999. Pag. 10

**Ilustración 3 Funciones principales de la comunicación interna**

### **◆ Clima organizacional:**

*“La calidad duradera del ambiente interno que tienen sus miembros, lo cual influye en su comportamiento.”*<sup>18</sup>Con la creación de un entorno interno, se espera que

<sup>18</sup> Cfr. Limón, M. (2008), *Imagen corporativa: estrategia organizacional de comunicación global*, México: Trillas. P.19

éste satisfaga las necesidades de los miembros de la organización, no solo las materiales sino también las de tipo psicológico. El clima depende de la capacidad de la organización para propiciar un buen ambiente de trabajo, apoyado de los miembros de la organización.

El clima organizacional puede ser medido en término de valores, características o atributos que se planteen, siendo orientado a la motivación.

Los miembros de la organización necesitan percibir seguridad y estabilidad. *“Además necesitan ser considerados como alguien capaz de crear algo, tener oportunidad de sugerir y desarrollar cosas nuevas, de participar en la toma de decisiones de la empresa dentro de un ámbito de actividad en el que se siente responsable.”*<sup>19</sup>

Las organizaciones deben adoptar procedimientos adecuados para construir un clima organizacional óptimo permitiendo que sus miembros se sientan comprometidos.

### ◆ **Cultura organizacional**

Es un grupo complejo de valores, tradiciones, políticas, supuestos, comportamientos y creencias esenciales que se manifiesta en los símbolos, los mitos, el lenguaje y los comportamientos y constituye un marco de referencia compartido para todo lo que se hace y se piensa en una organización.<sup>20</sup> Se origina en la personalidad corporativa, a su vez es un proceso compartido por todos los miembros de la organización, otorga a sus miembros la lógica de sentido para interpretar la vida en la organización.

---

<sup>19</sup> Ramos, D. (2007). *Manual básico de Comunicación corporativa*. Quito: San Pablo. P.106

<sup>20</sup> Cfr. Brandolin, A. (2009), *“Comunicación interna”*. Buenos Aires: La Crujía ediciones. P.15

*La cultura empresarial está determinada por los valores, la misión y la visión de la organización.*<sup>21</sup>

La cultura organizacional son las características que la identifican la manera de ser de las organizaciones, ésta se manifiesta en las formas de actuación ante la crisis, oportunidades y su adaptación a los cambios. El entorno en el que se encuentra inmersa la organización es un factor condicionante de la cultura organizacional, definiendo su grado de implantación y satisfacción con la misma por parte de los miembros de la organización.

La situación actual de la mayoría de organizaciones es orientada hacia el mercado y los consumidores debido a la globalización y el alto desarrollo tecnológico que actualmente se vive, pero es necesario que la cultura se base en los valores institucionales y llegue a ser estratégica y satisfactoria para los miembros de la organización.

### ◆ **Identidad**

Entendida como un conjunto de rasgos, elementos, características estables y duraderas en la organización, la identidad determina la manera de ser, pensar y actuar.

La identidad es la dimensión que debe distinguir a la organización, cumpliendo sus promesas y definiendo las asociaciones que aspira obtener.<sup>22</sup> El ser de la empresa condicionará la posición que la organización ocupe en el mercado y el que se mantenga a lo largo del tiempo, la correcta gestión de la identidad es uno de los más grandes retos de las organizaciones, por eso el identificar los elementos que

---

<sup>21</sup> Jiménez, A. (2007). *Comunicación e imagen corporativa*. Barcelona: Editorial UOC. P. 27

<sup>22</sup> Cfr. Jiménez, A. (2007). *Comunicación e imagen corporativa*. Barcelona: Editorial UOC. P. 30

construirán la marca es de suma importancia y a partir de ésto se determinará el futuro de la organización.

Los rasgos visuales, físicos y culturales son parte del fenómeno multidimensional que es la identidad corporativa definiendo lo que es la organización. Alterar los elementos que conforman la identidad es un proceso complejo que conlleva un largo proceso de planificación, que permita darle razón a los cambios debido a que la identidad de preferencia debe ser bastante estable en el tiempo.

El momento más trascendental de la identidad corporativa es su creación, momento en el que se definen qué características se les atribuirá a la organización, marcando su personalidad y definiendo las bases de su cultura.

### ◆ Imagen

La imagen relacionada con organizaciones no solo se la puede atribuir a lo visual, sino que los elementos visuales son parte de un conjunto de significantes corporativos.

“La imagen es la representación mental de una organización que tiene la capacidad de condicionar y determinar las actitudes del entorno social con la empresa”<sup>23</sup>

La imagen se compone del conjunto de percepciones que se generan en el público tanto interno como externo a partir de lo que la organización demuestra a partir de su identidad y por ende de su cultura; es decir, parte importante de la imagen es lo que hace, cree y comunica la organización.

---

<sup>23</sup> Brandolin, A. (2009), *Comunicación interna*. Buenos Aires: La Crujía ediciones. P. 16

La imagen logra ser captada una vez definida lo que es la organización, siendo un elemento fundamental y estratégico en la consolidación de la marca corporativa.

La imagen intencional es aquella que la empresa desea tener, mientras que la imagen transmitida es aquella que realmente se proyecta a los públicos, lo ideal es que la imagen esperada coincida con la imagen real, es por eso que la imagen exige un alto grado de preocupación por parte de la organización, al tratarse de una proyección de gran influencia para el público.

Cada organización se ve en la obligación de gestionar su imagen de manera efectiva, mediante la comunicación de su identidad; el reto es poder sobresalir para distinguirse de las otras organizaciones.

### ◆ **Tipos de comunicación en la organización**

#### ★ **Comunicación vertical ascendente**

“Circula desde la base de los colaboradores hacia la dirección superior. La dirección obtiene información de lo que está ocurriendo en los departamentos, mercados, etc. Los directivos de la empresa tienen la necesidad de saber lo que funciona y lo que no, en la organización”<sup>24</sup>

El objetivo primordial es saber lo que ocurre en el entorno de la empresa y la opinión del personal. Ésta es la más importante para los directivos al permitirles saber lo que marcha bien o no dentro de la organización, para la toma de decisiones adecuadas.

---

<sup>24</sup> Martínez, M., Vilanola, R. (1996). *Comunicación y Negociación Comercial*. Madrid: Editorial Esic. P.62.

Los directivos perciben la realidad en el desarrollo de las actividades de la empresa, competencia, clientes, y actúan a tiempo frente a posibles problemas.

### ★ **Comunicación vertical descendente**

*“Es la comunicación que procede de la dirección superior y progresa hacia abajo. Cada persona responsable de la empresa recibe una parte de ella, necesaria para su trabajo, la trata y la participa de los miembros de su equipo”*<sup>25</sup>. El objetivo de ésta es transmitir información a ser cumplida con base a objetivos. Si la información proporcionada es sumamente detallada será eficaz para el fin propuesto. Con dicha información se logra prevenir malentendidos y confusiones posteriores.

### ★ **Comunicación horizontal**

Es el resultado de la comunicación entre las personas y departamentos que están en un mismo nivel jerárquico. Su objetivo es armonizar e integrar las áreas de la empresa.

Este tipo de comunicación crea un ambiente de trabajo en común, teniendo en cuenta los objetivos de cada área pero siguiendo un objetivo empresarial.<sup>26</sup> También disminuye los rumores al fomentarse la comunicación lateral.

---

<sup>25</sup> Martínez, M., Vilanola, R. (1996). *Comunicación y Negociación Comercial*. Madrid: Editorial Esic. P.62.

<sup>26</sup> Cfr. Brandolin, A. (2009), *Comunicación interna*. Buenos Aires: La Crujía ediciones. P. 16

## ★ **Comunicación informal**

*Es la que surge espontáneamente entre los miembros de una empresa movidos por la necesidad de comunicarse, sin seguir los cauces oficiales.*<sup>27</sup> Se establece entre los miembros de las organizaciones, la mayoría de las veces se da de forma afectiva, es una forma adecuada de satisfacer las necesidades sociales de los miembros de un grupo.

El miembro de la organización se dirige a quien desee y cuando lo quiere en función de lo que el otro es y no solamente en función de lo que representa, y apelando a lenguajes y referentes culturales que sean más adecuados al estilo de relación que se establece. La comunicación informal desempeña un papel extremadamente importante dentro de la empresa, ya que los empleados necesitan definir y ajustar permanentemente sus actitudes frente a todo lo que concierne su entorno social.

## ◆ **Necesidades de públicos internos**

La aplicación de la pirámide de Maslow en las organizaciones es bastante común y las podemos encontrar en multitud de situaciones económicas y empresariales, destaca por ejemplo sus aplicaciones en el desarrollo corporativo de los recursos humanos, basándose en un sistema motivador orientado a la cobertura de las necesidades de los miembros de la organización, estableciendo sistemas de mejora y ambiente laboral más allá de la mera retribución económica.

Las grandes organizaciones buscan la mejora en los sistemas de transporte, el diseño de zonas verdes y de ocio, poniendo a disposición de las personas espacios para que puedan ir cumpliendo los niveles de la pirámide de Maslow.

---

<sup>27</sup> Platzer, A. *La Comunicación en la empresa*. [en línea]. Recuperado el 27 de abril 2012 de: <http://www.tiemposmodernos.eu/ret-tipos-de-comunicacion/>

Dentro de una organización se deben atender todas las necesidades del ser humano, no solo preocuparse del rol laboral o académico que desarrolla sino propiciando su desarrollo y bienestar para de esa forma lograr que sienta satisfacción.



### ✦ Comunicación corporativa externa

“Es la trasmisión de información, dirigida a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo de la organización, así como a proyectar una imagen favorable de la misma o promover actividades, productos y servicios.”<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Jiménez, A. (2007). *Comunicación e imagen corporativa*. Barcelona: Editorial UOC. P. 21



La comunicación externa es vital para las organizaciones, ayudando a construir relaciones con sus diferentes públicos, la imagen que transmite la organización a la sociedad condicionará la satisfacción de ciertas necesidades de status y prestigio de los miembros de la organización, es decir al sentirse parte de una organización sólida, importante, y preocupada por los problemas sociales, se proyecta una buena imagen social; en cierta medida sienten también realizada en su consideración social, incrementándose de igual forma su sentimiento de pertenencia.

## **2.2. RELACIONES PÚBLICAS**

### **2.2.1. Definición de Relaciones Públicas**

Es necesario citar varios autores y una serie de definiciones, para poder explicar y exponer el amplio campo de acción de las relaciones públicas, demostrando que no se trata meramente de persuasión.

"Las relaciones públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas; ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir al interés público; ayuda a la dirección a mantenerse al día y a utilizar los cambios de forma eficaz, sirviendo como un sistema de alerta para ayudar a anticipar las tendencias; utiliza la investigación y las técnicas de comunicación éticas como principales herramientas"<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup>Wilcox, D., Cameron, G., Xifra, J. (2009), *Relaciones Públicas estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson educación S.A., P.7.

Como lo indica Dennis Wilcox en el libro *Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas*, en la definición anteriormente citada, las relaciones públicas velan por el interés del público, permitiendo una relación positiva con la organización. Es imperante la investigación para el análisis del entorno y a la evaluación de la opinión, dando lugar a pronósticos acertados acerca de nuevas tendencias o preferencias de los públicos.

Las relaciones públicas en un principio son practicadas como un arte, es decir, sin base teórica de ninguna ciencia; sin embargo, Edward Bernays aplicó relaciones públicas fundamentadas en las ciencias sociales. Las relaciones públicas se convirtieron en una ciencia comunicacional que se encarga de elaborar una investigación, la misma que analiza, mide y actúa sobre la opinión pública; con el fin de comprender el interés público y preparar herramientas comunicacionales que ayuden a establecer entendimiento y vínculos.

“Las relaciones públicas son la comunicación planificada y persuasiva destinada a influir sobre un público considerable, mediante las relaciones públicas se investiga a un público determinado para aplicar en ellos herramientas comunicacionales con mensajes que los identifique para modificar su actitud frente a las acciones de una organización, es decir son un proceso continuo.”<sup>30</sup>

La persuasión para las relaciones públicas es un punto estratégico pues es la habilidad de convencer al público pero con fundamentos, a través de la persuasión el público hace lo que la organización requiere.

Sin embargo personajes como Cutlip y Center consideraron oportuno que los profesionales de relaciones públicas además de informar mediante la persuasión

---

<sup>30</sup> Raymond, S. (1995) *Relaciones públicas, teoría y práctica.*, México: Editorial Limusa. Pág. 20

para convencer a los públicos, deberían actuar como mediadores y llegar a la comprensión mutua entre la organización y el público.

Las relaciones públicas gestionan una comunicación bidireccional con el fin de conocer el entorno para plantear políticas que respondan a las nuevas tendencias. Además sirven como mediadoras al momento de actuar en el choque cultural que significa el desarrollo económico, político y social de un país.

La finalidad de las relaciones públicas radica en trabajar con la alta dirección para trabajar de forma íntegra en el proceso de la toma de decisiones, con el fin de generar comunicación que responda a las políticas y objetivos de la organización.

### **2.2.2. Importancia de las Relaciones Públicas**

Las relaciones públicas dentro de una organización son indispensables al brindar asesoría directa a los altos mandos, interesándose principalmente por alcanzar los objetivos de la organización. El trabajo del profesional está orientado a utilizar sus habilidades y recursos en un intento de persuadir al área administrativa de las organizaciones por trabajar en beneficio de sus públicos para poder obtener una opinión positiva en base al bien hacer de la organización.

“Las organizaciones al estar ligadas a la política del país y a sus públicos requieren la asesoría de las relaciones públicas que cumplen principalmente una misión social, tratando de generar progreso y bienestar. Las relaciones públicas dentro de una organización propician un flujo de información que permite conocer los objetivos y políticas proyectando una buena imagen de la misma.”<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Cfr. Mercado, S. (2002). *Relaciones públicas aplicadas*. México: Thomson Learning S.A. P.55

### **2.2.3. Modelos de Relaciones Públicas**

Los autores Gruning y Hunt plantearon cuatro modelos de relaciones públicas que aparecieron de forma sucesiva, es necesario analizarlos para conocer el desarrollo de las funciones de un profesional de la rama.<sup>32</sup>

#### **✦ Modelo de agente de prensa/publicity**

El modelo busca únicamente persuasión y propaganda sin bases en investigación una planificación bien direccionada. La comunicación es unidireccional de la organización hacia sus públicos,

#### **✦ Modelo de información pública**

La finalidad del modelo es la difusión de información, sin la finalidad de persuadir a los públicos de la organización. Ivy Lee fue su principal impulsor al plantear a las organizaciones ofrecer toda la información a la prensa sea mala o sea buena, las relaciones públicas se basan en la verdad y la transparencia, comienzan a entenderse como un vínculo de comunicación entre las organizaciones y los públicos.

---

<sup>32</sup> Cfr. Gutiérrez, I. *4 modelos de Relaciones Públicas*. [en línea]. Recuperado el 16 de junio 2012 de: <http://ignaciogutierrez.es/2011/10/un-resumen-de-los-4-modelos-de-relaciones-publicas/>

### ✦ **Modelo asimétrico bidireccional**

La finalidad es la persuasión sustentada en una investigación que previamente permite conocer los intereses y motivaciones del público a quien está dirigida la información, propiciando que la organización sea bien vista. La comunicación fluye hacia al público y desde el público en forma de feedback, pero es asimétrica debido a que la organización tiene el control del proceso comunicativo, y el público solo puede dejarse influenciar o rechazarlo.

### ✦ **Modelo simétrico bidireccional**

Es el modelo ideal de las relaciones públicas debido a que se practicaría como una mediación entre la organización y sus públicos cuya finalidad es la comprensión mutua. La investigación se utiliza para conocer cómo el público percibe a la organización y determina qué consecuencias tiene ésta sobre aquellos. Lo cual permite asesorar a la organización sobre como servir mejor al interés de los públicos, es decir el profesional de relaciones públicas sirve a la organización y a los públicos dando lugar a una mutua comprensión y un equilibrio para el bien común.

#### **2.2.4. Programa de Relaciones Públicas**

Llevar a cabo un programa de relaciones públicas significa redactar "lo que hay que hacer, por qué y cómo"<sup>33</sup>, siguiendo un orden o modelo estricto. El desarrollar una planificación constantes del área de relaciones públicas permitirá a la organización lograr sus objetivos institucionales y comunicacionales.

---

<sup>33</sup>Wilcox, D., Cameron, G., Xifra, J. (2009), *Relaciones Públicas estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson educación S.A., P.7.

Las relaciones públicas necesitan una correcta planificación, un tiempo de preparación y la flexibilidad en la toma de decisiones.<sup>34</sup> Un plan de relaciones públicas es un proceso analítico, que servirá como una herramienta para solucionar o calmar problemas que aquejan a la organización. El saber cómo aplicar dichos planes requiere una planificación previa, sustentada en necesidades materiales y humanas.

“Lo primordial en todo programa de relaciones públicas es el estudio y delimitación del problema.”<sup>35</sup>

Las campañas, planes y programas de relaciones públicas se desarrollan a través de los siguientes pasos:

### ▲ Investigación

El primer paso necesario es realizar una investigación al público con el que se relaciona la organización, se debe ejecutar un análisis institucional conociendo el lugar que ocupa en la actualidad, a dónde quiere llegar, cómo piensa hacerlo, los recursos que empleará, el tiempo destinado y cómo pretende valorar los resultados otorgando credibilidad a la propuesta. Es indispensable realizar una investigación con respecto a la situación de la organización porque así se pueden identificar los tres tipos de situación por los que la empresa necesite utilizar relaciones públicas.

1. Programa para resolver un problema o situación que afecte negativamente a la empresa.

---

<sup>34</sup> Rojas, O. (2005). *Relaciones Públicas: La eficiencia de la influencia*. Madrid: Esic Editorial. P.75.

<sup>35</sup> Mercado, S. (2002). *Relaciones Públicas aplicadas*. México: Thomson Learning S.A, P.55.

2. Programa que solucione un determinado problema.
3. "Programa para fortalecer sus esfuerzos, conservar su reputación y el respaldo del público."<sup>36</sup>

### ▲ **Objetivos**

Los objetivos son fines, es decir, representan las metas a donde la organización quiere llegar, pero que no establecen cómo serán logrados.<sup>37</sup>

Los objetivos deben responder a ciertas características, deben poseer una intención o propósito, tener una medida proporcionando un porcentaje de individuos a los que informará o cambiarán de actitud. Los objetivos deben estar sujetos a un plazo indicando el lapso de tiempo en el que se cumplirán los fines propuestos, los objetivos deben ser realistas y alcanzables, sujetándose a la realidad de la organización y a los públicos, en las necesidades de ambos frentes, deben ser medibles para evaluar su grado de efectividad.

### ◆ **Tipos de objetivos**

Según Wilcox existen dos tipos de objetivos los informativos y los motivacionales.

---

<sup>36</sup>Cfr. Wilcox, D., Cameron, G., Xifra, J. (2009), *Relaciones Públicas estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson educación S.A., P.198...

<sup>37</sup>Cfr. Gómez, C. (2006), *Diccionario de relaciones públicas*. Quito: Quipus. P. 139

### ★ **Objetivos informativos**

Son destinados a emitir información a los públicos con el fin de generar conciencia acerca de un tema, servicio o producto mediante la difusión de mensajes claves. Los objetivos informativos son difíciles de cuantificar.

### ★ **Objetivos de motivación**

Son aquellos que generan un cambio de actitud e influencia en el comportamiento de un público, sin embargo, este tipo de objetivos se puede medir.

### ▲ **Estrategia**

Se refiere al camino mediante el cual se quiere conseguir los objetivos planteados, las estrategias ayudan a identificar la directriz u orientación que se va a seguir para la obtención de los objetivos.

Las estrategias en relaciones públicas responden a los objetivos planteados y a los públicos seleccionados, una estrategia adecuada permitirá ahorrar tiempo y esfuerzos.

### ▲ **Tácticas**

Las tácticas son acciones específicas que ayudan a definir el cómo se van a llevar a cabo las estrategias planteadas, describen de manera secuencial las actividades que se deben realizar para conseguir las estrategias propuestas por medio del uso de varias herramientas.



A las tácticas les incumben plantear iniciativas exactas para cada estrategia con el fin de solucionar las situaciones o problemas de relaciones públicas, “es el cómo hacerlo en un momento dado en función de las circunstancias inmediatas”<sup>38</sup>

### ▲ **Cronograma**

Describe específicamente las actividades y el tiempo que se empleará para la ejecución de dichas actividades, mediante el cronograma se puede plantear de la manera más adecuada la secuencia de las actividades y también definir los responsables en la ejecución de cada una de ellas.

Calendarizar permite tomar la decisión del lapso y tiempo en el que se deben ejecutar las acciones; pensando estratégicamente y compilar la lista de actividades que se llevará a cabo.

### ▲ **Presupuesto**

Son los recursos destinados para la ejecución de la campaña, pues las organizaciones necesitan conocer el valor de las acciones emprendidas.

Conocer el presupuesto significa visionar los costos que implica llevar a cabo una campaña de relaciones públicas, priorizando las actividades que deben llevarse a cabo en un momento adecuado.

---

<sup>38</sup>Wilcox, D., Cameron, G., Xifra, J. (2009), *Relaciones Públicas estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson educación S.A., P.205.

## ✦ Evaluación

La evaluación de una campaña de relaciones públicas permitirá comparar lo alcanzado con los objetivos que se establecieron al principio del plan.<sup>39</sup>

La evaluación sin duda es el aspecto más importante de la ejecución de la campaña, pues en este paso se mide la efectividad y el cumplimiento de los objetivos planteados comparándolos con los objetivos conseguidos.

Objetivos bien planteados permitirán una mejor evaluación de un programa de relaciones públicas.

### **2.2.5. Herramientas de las relaciones públicas**

Para desarrollar un programa de relaciones públicas existe una gran variedad de herramientas que son instrumentos idóneos para conseguir los objetivos propuestos.

## ✦ Mensajes clave

Son enunciados elaborados estratégicamente con el fin de comunicar un tema, idea o hecho, los mensajes clave deben estar correctamente estructurados no solo para llegar al público sino también para que el mensaje se interprete correctamente.

Los mensajes clave deben ser permanentes y deben contener características esenciales que la organización desea transmitir.

---

<sup>39</sup> Rojas, O. (2005). *Relaciones Públicas: La eficiencia de la influencia*. Madrid: Esic Editorial. P.77.

## ✦ Mecenazgo

Es una estrategia corporativa que ha evolucionado y que es de gran ayuda al momento de fomentar los vínculos, generar reputación y promover la imagen de una organización. El mecenas hace un aporte económico o material voluntario y obtiene un beneficio intangible a largo plazo.

"Es una herramienta de la filantropía corporativa que se origina de la Responsabilidad Social Empresarial y tiene como finalidad la protección y el apoyo al desarrollo de la actividad artística dentro de la comunidad".<sup>40</sup>

Según Xifra "esta actividad debe ser dirigida en favor de un evento o programa de interés público, sea este de carácter social, cultural o educativo"<sup>41</sup>

El objetivo del mecenazgo es generar una relación positiva con la comunidad, logrando formar una imagen positiva para que los públicos se sientan identificados con la organización.

## ✦ BTL

Below the line (BTL), que en español expresa debajo de la línea, hace referencia a la publicidad que se dirige a segmentos específicos de mercado y no usa medios masivos de comunicación, la característica principal de esta herramienta es que

---

<sup>40</sup> Cfr. Puerta, G. *Mecenazgo*. en línea]. Recuperado el 13 de junio 2012 de: <http://www.revistadircom.com/redaccion/mecenazgo/659-mecenazgo.html>

<sup>41</sup> Cfr. Xifra, J. (2007), *Técnicas de las relaciones públicas*. Barcelona:UOC. P. 216

usa formas creativas que impacten y sorprendan al público con el fin de que el contacto sea novedoso al difundir el mensaje.

El BTL posee la ventaja de reducir los costos y ser más creativa, llega a posicionar un mensaje a un público específico el cual puede interactuar y responder al mensaje, usa medios no convencionales como activaciones de marca, eventos específicos y demás medios de difusión no convencionales.

### ✦ **Folleto**

Es un impreso que posee una cantidad limitada de hojas (50 máximo), que contiene información global de la organización, es decir, información de un departamento, producto, servicio o un tema de interés público.

### ✦ **Fotografías**

Se utilizan para reforzar los mensajes clave y así lograr la persuasión en el público. Las fotografías logran captar la atención.

### ✦ **Punto de información**

Espacio físico construido con el objetivo de emitir todo tipo de comunicación que deba expresar la organización para que no se generen dudas. La persona encargada del punto de información debe ser bien asesorada pues se debe entender que ésta representa a la organización.

En el espacio físico se debe colocar la marca para generar retentiva en el público externo y así representar "el estilo propio de la organización"<sup>42</sup>. El punto de información persigue la finalidad de crear un espacio físico para orientar al público.

### ✦ **Organización de eventos**

Un evento es una herramienta que se pone en práctica con el objetivo de trabajar la imagen, generar vínculos y captar la atención de los medios de comunicación, líderes de opinión, accionistas, entre otros públicos.

Un evento es una ocasión significativa para entablar relaciones directas y personalizadas con el público, además es una forma de obtener el interés y generar presencia.

### ✦ **Premios**

Son reconocimientos que una organización puede ejercer en favor de una persona. Esta herramienta sirve para dar notoriedad a la persona en mención pero también se trata de mostrar que la organización se involucra con los públicos. La organización además se puede valer de estas personas para convertirlas en líderes de la organización.

### ✦ **Web 2.0**

Desarrollo de varias aplicaciones en las que el usuario podía interactuar con otros usuarios por medio del internet. La web 2.0 encierra herramientas como los blogs, redes sociales como el facebook, twitter, flickr, youtube, entre otras en donde se

---

<sup>42</sup> Cfr. Palencia, M. (2008). *90 técnicas de relaciones públicas*. Barcelona: Bresca. P.172

puede compartir con diferentes personas aspectos comunicacionales y demás permitiendo la interacción entre usuarios.

### **2.2.6. Clasificación de públicos**

Hay que tener en cuenta que algunos públicos pertenecen a varias categorías a la vez y que se debe tener en cuenta que al momento de clasificar a los públicos estos pueden estar contenidos en otros grupos.

#### **▲ Público interno**

Son las personas que pertenecen a las filas de la organización, es decir, "que están conectadas y tienen afinidad con la organización"<sup>43</sup>. Con este público la organización se comunica a diario.

Algunos grupos inmersos dentro de la clasificación de público interno son: directivos, administrativos, mandos intermedios y operativos.

#### **▲ Público mixto**

Son las personas que pertenecen tanto al público interno como al externo, es decir, son individuos "cuyos intereses están estrechamente ligados a la

---

<sup>43</sup> Marston, J. (1988). *Relaciones Públicas Modernas*. México: McGraw-Hill. P. 23.

organización y que, en consecuencia, se ven directamente afectados por todo lo que ocurre en ella."<sup>44</sup>

### ▲ Público externo

Son los grupos de individuos que están "vinculados con la organización pero de manera indirecta por tanto, no se ven inmediatamente afectados por los acontecimientos que en ella se produzcan."<sup>45</sup>

#### 2.2.7. Relaciones públicas en el sector de la educación

La educación como uno de los sectores más importantes para el desarrollo de una sociedad, implica la necesidad de atender temas referentes a las relaciones públicas que dan soporte a la mayor parte de actividades que se realiza y entre otras actividades permitiendo la planificación de reuniones, seminarios y boletines de información que otorgan reconocimiento a nivel académico.

“Dado el gran número de estudiantes universitarios y de las muchas familias a las que representan, ellos son el más importante brazo armado de las relaciones públicas de la universidad, para bien o para mal. La calidad de la enseñanza que reciban es el factor más determinante de su lealtad a la institución.”<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Bonilla, C. (1988). *La Comunicación función básica de las relaciones públicas*. México: Trillas. P. 73

<sup>45</sup> Bonilla, C. (1988). *La Comunicación función básica de las relaciones públicas*. México: Trillas. P. 73

<sup>46</sup> Wilcox, D., Cameron, G., Xifra, J. (2009), *Relaciones Públicas estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson educación S.A., P.227.

La calidad de la educación en una institución, no solo depende de nivel profesional de los profesores o de la infraestructura de las instalaciones, sino también de la atención que se le brinde al estudiante como ser social que necesita espacios para manifestarse libremente, por lo tanto una administración abierta es fundamental, para que los estudiantes se sientan involucrados con la institución.

La función de las relaciones públicas también debe atender al personal docente y administrativo de la institución, que son los propios integrantes de la institución, quienes están presentes en el proceso de toma de decisiones y comprenden la filosofía de institución, por consiguiente son los encargados de transmitirla a los estudiantes.

En la actualidad las universidades para poder captar nuevos estudiantes, han optado por el uso del internet, informando de esta manera a los aspirantes acerca de su oferta académica, dejando atrás las técnicas tradicionales como los folletos o vallas publicitarias. Es importante que dentro de la información que se transmite a los aspirantes incluya también información de los espacios culturales que ofrece y las actividades que dan lugar a la socialización entre estudiantes, mostrando el dinamismo de la institución.





Es innegable la relación que el gobierno y las instituciones educativas poseen, en especial con las instituciones de educación superior, que perciben anualmente fondos del gobierno para poder llevar a cabo proyectos o investigaciones, de esta forma se someten a una competencia entre instituciones del mismo ámbito, que pretenden apoyo gubernamental. Otro punto indispensable de la relación entre educación y gobierno es el aumento de la inversión para la educación del gobierno, como parte de su planificación y gastos anuales, tratando de disminuir recortes al presupuesto.

## 2.3. CULTURA

### 2.3.1. Definición de cultura

“UNESCO: Todo lo que una comunidad ha creado y lo que ha llegado a ser gracias a esa creación, todo lo que ha llegado a moldear su identidad y a distinguirla de otras.”<sup>47</sup>

Asumiendo que la cultura es un proceso dinámico, donde intervienen partes del saber y del crear, como el aprender y transmitir, se sobreentiende que el término cultura conlleva a un sin número de definiciones que han sido construidas o descartadas con el tiempo. Cultura es una palabra que se asocia en el diario vivir con las bellas artes, antropología, folclore, educación y demás, que no expone la plenitud de su significado y su importancia en el desarrollo de la sociedad.

Desde el punto de la antropología la cultura es el factor diferenciador que distingue una cultura de otra y la capacidad del ser humano para actuar de forma creativa o imaginativa.

Plog y Bates (1997) “El sistema de creencias, valores, costumbres, conductas y artefactos compartidos, que los miembros de una sociedad usan en interacción entre ellos mismo y con un mundo que son transmitidos de generación en generación a través del aprendizaje.”<sup>48</sup>

La cultura tiene un lazo estrecho con la temporalidad, permitiendo que ésta se enriquezca y de paso al desarrollo, convirtiéndose en un factor que fortalece identidades.

---

<sup>47</sup> Universidad de Cuenca. (2004). “*Construcción de identidades y relación cultural*” Cuenca: Sendas versión 2. P.66

<sup>48</sup> Universidad de Cuenca. (2004). “*Construcción de identidades y relación cultural*” Cuenca: Sendas versión 2. P.66

“La cultura es un comportamiento común adquirido que se compone con los otros miembros de la sociedad, se transmite socialmente y requiere aprendizaje.”<sup>49</sup>

La cultura es algo propio de ser humano, que se adquiere a lo largo de la vida en los diferentes ámbitos en los que se relaciona, en este caso dentro de instituciones educativas es emisor y receptor de cultura, entendiendo que en ningún momento el ser humano deja de ser ente cultural.

“Lo social en el hombre está en potencia y se va haciendo acto a lo largo de su vida pero para ello necesita el ambiente de una cultura”<sup>50</sup>

La cultura es uno de los rasgos más importantes que distinguen al ser humano, por consiguiente no se puede hablar de una persona no social y entenderla fuera de una cultura. El hombre es el único ser humano que no tiene un hábitat ideal para vivir, pero gracias a su adaptación a través de la cultura, puede sobrevivir en diferentes ambientes, es decir la cultura es el escenario donde el ser humano siempre estará inmerso.

La cultura está presente desde el momento en que nacemos, empezando el proceso de adquisición de la cultura, proceso que también es llamado socialización, dividiendo este proceso en primario y secundario:

---

<sup>49</sup> Paladino, M., Álvarez, C. (2006). *Comunicación empresarial responsable.*, Buenos Aires: Temas Grupo Editorial. P. 39

<sup>50</sup> Paladino, M., Álvarez, C. (2006). *Comunicación empresarial responsable.*, Buenos Aires: Temas Grupo Editorial. P. 39

Primario: Se da en los primeros años de vida, el principal agente socializador es la familia y el medio de socialización por lo general es el afecto; y, Secundario: Se da cuando los agentes socializadores se diversifican, no solo es la familia sino también los amigos, los grupos, la escuela, etcétera.<sup>51</sup>

Por un lado la cultura es una realidad objetiva y, por el otro, el hombre construye cultura y a su vez es construido por la cultura en la que vive; es decir, de ésta depende el ámbito en el que se desempeñe el hombre es decir la educación o intereses.

En este caso nos referimos a la cultura viva y vivida, que es la que configura la mentalidad del hombre, que permite libertades que llevan a un cambio social. También está la cultura reconocida y relacionada con las bellas artes que se dice solo se encuentra en museos, bibliotecas y galerías.

JARAMILLO, Carlos encargado de la Comisión de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial dice: la cultura puede considerarse actualmente como un conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba además de las artes y las letras los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias

---

<sup>51</sup> Paladino, M., Álvarez, C. (2006). *Comunicación empresarial responsable.*, Buenos Aires: Temás Grupo Editorial. P. 39

### **2.3.2. Cultura y educación**

Tradicionalmente la función de la educación ha sido transmitir la cultura de una sociedad a las nuevas generaciones.<sup>52</sup>

Las nuevas tendencias globalizadoras obligan a repensar el modo en que debemos preparar a las nuevas generaciones, quizá necesitemos crear una cultura para la educación, en vez de hacer de la educación la transmisora de la cultura existente, debido al acelerado proceso de innovación de la sociedad es necesario redefinir el papel de la educación frente a la cultura.

El papel fundamental de la educación es generar espacios de manifestación cultural y el respeto de la multiculturalidad de su comunidad. La dimensión cultural del desarrollo se ha convertido en un tema central en el ámbito educativo debido a que implica procesos de identidad grupal e institucional, produciendo la segmentación de nuevos grupos.

### **2.3.3. Cultura y comunicación**

La relación entre cultura y comunicación es innegable, su dependencia es la principal razón para la mundialización cultural, permite que los hombres construyan una sociedad, sabiendo que la cultura no es un ente fijo sino un proceso que se consigue con la interacción.

---

<sup>52</sup> Cfr. Marina, J. *La cultura presente en la educación*. [en línea]. Recuperado el 14 de julio 2012 de: [http://www.ccebrasil.org.br/system/prj\\_docs/18/original/acerca-cultura-de-proximidad-educacion-y-cultura-una-relacion-difcil-pero-necesaria.pdf](http://www.ccebrasil.org.br/system/prj_docs/18/original/acerca-cultura-de-proximidad-educacion-y-cultura-una-relacion-difcil-pero-necesaria.pdf)

El nuevo paradigma comunicativo que abandona el unidireccional, lineal y secuencial modelo de la transmisión de información, nos introduce en un modelo de red, interacción y conectividad conviviendo con infinidad de manifestaciones culturales.

“La comunicación sociocultural es un nexo orientado entre las gentes, intercambio de información entre ellas. La comunicación sociocultural, en su estricto sentido, es la comunicación directa entre las personas.”<sup>53</sup>

#### **2.3.4. Cultura y la práctica de las Relaciones Públicas**

La ejecución de un buen programa de comunicación que aborde las acciones culturales de una organización debe hacerse teniendo como factor primordial las relaciones públicas, permitiendo aprovechar la buena voluntad que generan estas actividades, las actividades culturales si son bien concebidas, con un plan de medios correcto y aprovechando la oportunidad y el tiempo correcto, pueden ser maximizadas con un buen plan de relaciones públicas.

Las acciones culturales concretas refuerzan el sentido de pertenencia del público interno de las organizaciones, proyecta la preocupación de la organización por el capital intelectual de su comunidad interna, y propicia espacios para su recreación y creación de vínculos con los demás miembros de la organización.

La cultura vista desde las relaciones públicas permite a una organización proyectar lograr el fin de ser socialmente responsable.

---

<sup>53</sup> Carrión, F. (1997). *Ciudad, Comunicación y Cultura*. Quito: FELAFACS. P. 68

### **2.3.5. Multiculturalidad**

La multiculturalidad es característica con épocas antiguas que hacen referencia a la convivencia entre pueblos de distinta raza y condición social, bien sometidas las unas a las otras o bien conviviendo pueblos diferentes a los de su origen.

Entonces decimos que la multiculturalidad es la acción de reconocimiento pleno del carácter multilingüe, multiétnico y pluricultural de un país o nación.<sup>54</sup> Esta acción da origen a políticas y programas educativos, de salud, de participación ciudadana, de asistencia jurídica, trabajo social y otras, con el fin de responder a las necesidades e intereses de las diversas comunidades culturales lingüísticas y étnicas que conforman la nación, en un marco de democracia multicultural.

El hecho multicultural se da en un espacio geopolítico determinado, donde claramente se evidencia una jerarquización, denotando que no todos están en grado de igualdad. La multiculturalidad reconoce las distintas culturas presentes en una sociedad, mas no su interrelación entre alguna de ellas.

### **2.3.6. Interculturalidad**

“Un proceso de relacionamiento diverso entre las culturas y la capacidad de ligar, entender, articular y poner en diálogo a sus actores y sus saberes en una dinámica de crecimiento y desarrollo mutuo.”<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Salazar, M. (2009). *Multiculturalidad e interculturalidad en el ámbito educativo*. San José: Asturia. P.31

<sup>55</sup> Yudice, G. (2003). *El recurso de la cultura*. Indiana: Ediciones Gedisa. P. 36

La interculturalidad es una dimensión que no se limita al campo de la cultura, sino que se encuentra en todas las relaciones humanas. Es un concepto que describe la diversidad de identidades culturales en convivencia. La equidad interculturalidad busca construir unidad en la diversidad y promover un modo de vida para el beneficio mutuo entre todos, sin perder las identidades culturales de los diversos individuos.

En un sentido descriptivo la interculturalidad tiene como objetivo analizar lo que pasa cuando se encuentran o enfrentan dos o más grupos culturales, en un sentido pedagógico tiene la finalidad de terminar con los aspectos negativos de las relaciones interculturalidades conflictivas.

### **2.3.7. Desarrollo cultural**

En los últimos tiempos la cultura ha comenzado a redefinir su papel frente a la economía y al desarrollo. Poco se duda ya acerca de su importancia como inductora de desarrollo y cohesión social, de su relevante papel ante la cuestión de la diversidad cultural, la integración de comunidades minoritarias, los procesos de igualdad de género y la problemática de las comunidades urbanas y rurales marginadas.

La cultura material y la cultura expresiva son recursos desestimados en países en vías de desarrollo, no solo en el aspecto económico sino también como factor de cohesión social.<sup>56</sup>

La cultura no puede ser ajena al desarrollo, ni desconocer los factores económicos que ella guarda. Sin embargo la cultura del desarrollo no debe ser considerada meramente en un objeto de explotación; es decir, el desarrollo hace referencia a

---

<sup>56</sup> Yudice, G. (2003). *El recurso de la cultura*. Indiana: Ediciones Gedisa. P. 38.



las personas más no a los objetos. Ésto supone intentar algunas alternativas para el desarrollo de un mejor concepto de calidad de vida, que construye un territorio preocupado por reinventar la acción y perspectiva cultural.

### **2.3.8. Culturas en globalización**

La globalización entendida como parte de las relaciones sociales acarrea conflictos y por ende la presencia de vencedores y vencidos, es decir la cultura se mundializa pero tiene que dialogar con o contra otras culturas y otras concepciones del mundo, el problema es que la imposición implica que alguien este afuera y otro adentro.

Es difícil hablar de una sola cultura, debido a que en el mundo contemporáneo existe una sola economía y quizá una sola estructura tecnológica pero no existe una sola cultura, por eso es mejor hablar de la mundialización de la cultura es decir un proceso cultural que acompaña a la globalización.

El fenómeno de la globalización constituye una inmensa ruptura económica, política, social y cultural, hasta cierto grado, inevitable. Al cambiar el orden de la vida social debido a los impactos de la globalización en las diferenciaciones en las estructuras sociales, también se modifican las estructuras culturales y sociales. La globalización exalta al individualismo de las personas, las convierte en meros instrumentos homogéneos de producción y consumo y las reduce a simples mercancías que se compran y venden sin que las diferenciaciones culturales sean obstáculo.

La cultura global con sus símbolos y mensajes mundiales, es difundida por medio de la tecnología de las comunicaciones e impone valores, costumbres, criterios, estándares y estilos de vida homogéneos en el mundo.

Las ciudades globales son lugares de creación de nuevas identidades culturales y políticas para sus habitantes que comparten una cultura masiva global sofisticada. Los procesos de mundialización son inherentes a la creación y transformación de una cultura internacional cuyas características se muestran en una estandarización y homogeneización alentada por hábitos de consumo similares que desafían nuestras experiencias cotidianas y las complican. La tecnología producida por el aparato científico militar impulsa la homogenización cultural de hábitos, costumbres, valores, y tradiciones.

Los impactos transculturales de los procesos de globalización se manifiestan en la estandarización universal de comportamientos y valores que se reproducen y adaptan localmente con los identificados con los patrones de la cultura occidental: cosmopolita, capitalista, urbana, moderna, empleo del idioma Inglés como lenguaje universal. La globalización universaliza los valores de la cultura anglosajona. Aunque en términos generales se puede sostener que el aparato institucional cultural está en crisis. Se está cayendo en una realidad manipulable, virtual y tecnológica.

### **2.3.9. Industrias culturales**

Las industrias culturales existen como parte del sector privado, es decir aportan un valor económico al territorio de donde se origina, son un factor de lucro importante y estratégico, generando plazas de trabajo y espacios para las manifestaciones culturales.

Las industrias culturales al desarrollo social y económico, particularmente, en los países en desarrollo, integrando a la cultura en las estrategias de desarrollo sostenible y a las políticas nacionales de desarrollo. También favorece la introducción de políticas y medidas que apoyen la creatividad, den posibilidades para que artistas y creadores participen en los mercados nacionales e internacionales, que sus productos sean remunerados y, también, accesibles a un amplio público.<sup>57</sup>

Existen diversas definiciones de industrias culturales. En sentido amplio, podemos caracterizarlas como el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías. En los últimos años son medios portadores de significados que dan sentido a las conductas, cohesionan o dividen a las sociedades.

En su mayoría los países de economías emergentes e intermedias, pese a su gran riqueza cultural y potencial creativo, tienden a recibir y consumir productos culturales procedentes de otros países, reduciendo el espacio para sus propias expresiones culturales convirtiéndose en sociedades consumidoras pasivas.

El papel protagónico de las industrias culturales y creativas ha sido reconocido de maneras diversas por los gobiernos latinoamericanos, los organismos de integración regional y las organizaciones de desarrollo, sin embargo, no han alcanzado el mismo reconocimiento que países desarrollados, un claro ejemplo es Broadway una calle famosa por sus teatros que ha sido escenario de artistas reconocidos en su mayoría por sus presentaciones en obras de teatro o musicales; es decir, lugar donde la mayoría de su actividad económica se debe a

---

<sup>57</sup> Cfr. División de Expresiones Culturales e Industrias Creativas (2010). *Políticas para la creatividad*. Argentina: UNESCO. P. 16.

su reconocimiento como industria cultural, en este caso un referente como escuela de grandes actores.

En el sector de la educación varias instituciones de educación superior son reconocidas por su quehacer cultural, muchas de ellas a pocos pasos de convertirse en industrias culturales, entonces se evidencia que la gestión cultural es importante para el desarrollo de las instituciones debido a que aporta un gran valor agregado, atractivo como oferta académica, contribuye al desarrollo de la confianza social y permite una revalorización de la institución.

### ✦ **Derechos culturales**

La Cultura representa el patrimonio fundamental e innegable sobre el cual los pueblos construyen sus identidades colectivas, es la base de su desarrollo y relación con el entorno. Cada cultura tiene el derecho de crecer libremente, ofreciendo opciones a los individuos para explorar la cultura, el arte, la historia y las ciencias, tanto propia como también la de otros pueblos.

La cultura es un modo de organizar el movimiento de la vida concreta, es el principio de las experiencias, mediante ella organizamos nuestro presente y futuro, es por rigor nuestro sentido práctico de la vida.

Conservar la cultura de un pueblo es proteger y mantener espacios para manifestaciones culturales, es preciso que reconozcamos como productos culturales no solo a las artes, sino a todas las realizaciones de una cultura. Estos intereses deben ser protegidos por leyes que garanticen su permanencia a lo largo del tiempo, años atrás el derecho a participar en la vida cultural se la entendía en términos artísticos y nacionales, es decir se limitaba a bellas artes, patrimonio y folklore, actualmente las políticas culturales defienden a la cultura como parte de

los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias.

### ▲ **Gestión Cultural**

La cultura es protagonista del diario vivir, por ello la gestión cultural nace como una respuesta contemporánea al espacio cada vez más amplio y complejo que ocupa la cultura en nuestra sociedad, exigiendo capacidad suficiente para el desarrollo de proyectos culturales. Se evidencia la necesidad de un perfil profesional que pueda formular proyectos culturales, tenga la capacidad de gestionar recursos y que busque espacios para la libre manifestación cultural.

La función del gestor cultural es facilitar y fortalecer el desarrollo cultural en su calidad de mediador entre los fenómenos expresivos y creativos y los distintos públicos, su objetivo es crear canales que promuevan la participación de la comunidad en la dinámica cultural territorial.

La gestión cultural debe ser estratégica, permitiendo la difusión cultural, lograr el apoyo a la creación artística y la formación de actores culturales por medio de la gestión de espacios.

## **CAPÍTULO III**

### **3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Introducción**

Las instituciones educativas actualmente lideran la producción y difusión cultural, por esta razón es necesario que las mismas apuesten por una imagen que refleje su labor y esfuerzos direccionados al desarrollo cultural.

En los últimos años en el Ecuador la gestión cultural ha ido incrementando y se la considera parte del desarrollo de la sociedad humana y su calidad de vida, pero a comparación de otros países, los esfuerzos para que la cultura tome un papel protagónico en el diario vivir no es suficiente.

Uno de los desafíos que enfrenta el sector de la educación es el otorgar espacios definidos para desarrollo cultural que garanticen el ejercicio de los derechos culturales, fortalezcan la identidad nacional y promuevan las manifestaciones culturales.

Actualmente en el Ecuador se ha expedido la Ley Orgánica de Educación Intercultural que abarca varios artículos que exigen el desarrollo cultural dentro de las instituciones educativas, de igual forma se encuentra en discusión la Ley de Cultura que en su contenido abarca los principios culturales. Al conocer esta realidad es importante indagar cómo las instituciones acatan la ley y su opinión de la misma.

La Universidad Tecnológica Equinoccial se ha preocupado por el desarrollo cultural y de la sociedad ecuatoriana, propiciando espacios y actividades para sus estudiantes y público en general, sin embargo se resalta la necesidad de conocer su percepción, conocimiento y necesidades ante el desarrollo cultural de la institución.

Es necesaria la investigación por cuanto los resultados obtenidos serán la base para construir las estrategias necesarias para la institución, con atención a su imagen cultural.

La investigación está dirigida a la comunidad estudiantil y docente (público interno) de la Universidad Tecnológica Equinoccial; cuya finalidad es analizar el nivel de conocimiento y vinculación existente entre estos públicos hacia su desarrollo e identidad cultural.

La investigación estará dispuesta para 9.058 estudiantes que pertenecen a las 42 mallas curriculares aún vigentes y a 1.122 integrantes del personal docente y administrativo que labora en la institución

### **3.2. Objetivos de la investigación**

#### **✦ Objetivo general**

Conocer la percepción de los públicos acerca de la imagen cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial a través de la investigación interna dirigida a sus públicos.

### ✦ **Objetivos específicos**

1. Determinar el grado de conocimiento y participación de los públicos de la Universidad Tecnológica Equinoccial en los proyectos y actividades culturales efectuadas por la institución.
2. Conocer el nivel de satisfacción de los públicos de la Universidad Tecnológica Equinoccial acerca del desarrollo cultural.
3. Identificar las necesidades culturales de la Universidad Tecnológica Equinoccial para la proyección óptima de su imagen cultural.

### 3.3. **Tipos de investigación**

#### ✦ **Investigación exploratoria**

Este tipo de investigación procura otorgar las bases y recabar información para que el investigador se familiarice con el problema u objeto de estudio, posteriormente a la realización de este tipo de investigación se puede ejecutar la investigación de tipo descriptiva.

La investigación exploratoria se efectuó con el objetivo de analizar la situación actual de la Universidad Tecnológica Equinoccial frente al desarrollo cultural y la satisfacción de su público frente al mismo. En la investigación se incluyó a dos universidades nacionales y dos internacionales, recabando información útil para confrontar situaciones que afrontan las instituciones de educación superior frente al desarrollo cultural.

#### ✦ **Investigación descriptiva**

Esta investigación describe de manera detallada situaciones, costumbres y actitudes que prevalecen en una colectividad. Este tipo de investigación se ejecutó al momento de relacionar algunas de las variables existentes en la encuesta para



determinar generalidades significativas que representen a la colectividad y sean puntos de partida para la aplicación de estrategias comunicacionales. Al momento de desarrollar fichas de observación para las otras instituciones educativas estudiadas se detallaron situaciones puntuales para analizar su desarrollo.

### ✦ **Investigación explicativa**

La investigación explicativa ayuda a determinar las causas de los conflictos y efectos que se producen en determinadas circunstancias, para de esta manera generalizar el hecho o fenómeno en ciertas condiciones. Este tipo de investigación se aplicó al momento de conocer la percepción de los públicos acerca del desarrollo cultural.

#### **3.4. Métodos de investigación**

El método es el conjunto de procesos o pasos sistemáticos que se utilizan para alcanzar las metas planteadas. Los métodos de investigación que se pondrán en práctica en esta tesis serán los siguientes.

### ✦ **Método inductivo**

El método inductivo ayuda a obtener conclusiones de opiniones particulares para crear una general, partiendo de esta premisa se llega a determinar que el método inductivo apoyará al momento de conocer la percepción del desarrollo comunicacional de la institución al efectuar las encuestas de opinión a cada individuo.

### ✦ **Método deductivo**

El método deductivo parte de situaciones generales para llegar a premisas particulares, de esta forma el método deductivo se utilizó al momento de implementar acciones estratégicas para cada público específicamente.

### ✦ **Método analítico**

El método analítico se efectuó al momento de razonar sobre la situación real de la organización descomponiendo las partes, encontrando causas que permitieron comprender la situación actual, además se realizó un análisis del público de esta forma se pudo realizar un diagnóstico y una propuesta eficiente

### ✦ **Método sintético**

El método sintético permitió realizar un diagnóstico y una propuesta eficiente en base a una síntesis obtenida del análisis de la situación de la organización.

### ✦ **Método estadístico**

El método estadístico sirvió para recolectar, analizar e interpretar datos numéricos y expresar en porcentajes las preguntas efectuadas al público.

### 3.5. Fuentes de información

#### ✦ Fuente primaria

Es aquella que provee un testimonio o evidencia directa acerca de un tema de investigación, la fuente primaria es aquella información que la elabora un investigador en el transcurso de su investigación. En consecuencia la fuente primaria que se aplicó para recabar información fue una investigación de campo dirigida a la comunidad estudiantil, personal docente y administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial, partiendo de la idea de que la fuente primaria es la información que se obtiene de primera mano.

Las técnicas usadas fueron:

- ✦ Fichas de observación en base a la investigación realizada a instituciones de educación superior a nivel nacional e internacional. **(ANEXO 5)**
  - Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
  - Universidad de las Américas a nivel internacional
  - Universidad Nacional Autónoma de México.
  - Universidad Nacional de Córdoba.
  
- ✦ Sondeos de opinión destinados a estudiantes de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- ✦ Sondeos de opinión destinados a personal docente y administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- ✦ Entrevistas que se aplicaron a algunos empleados involucrados en el quehacer cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
  - Economista Carlos Jaramillo Coordinador de la Comisión de Cultura. **(ANEXO6)**
  - Lic. Cecilia Céspedes del departamento de Relaciones Públicas.**(ANEXO 7)**

- Msc. Hernán Perneti docente de la Universidad Tecnológica Equinoccial, periodista y conocedor del ámbito cultural. **(ANEXO 8)**

### ▲ Fuente secundaria

Las fuentes secundarias que se van a manejar durante esta investigación serán libros especializados de comunicación, relaciones públicas, internet, testimonios, revistas, tesis relacionadas con el tema y medios de comunicación, tomando en cuenta de que la fuente secundaria es reelaborada.

### 3.6. Metodología de investigación

Las técnicas de investigación que se utilizaron durante esta indagación fueron:

#### ▲ Sondeo de opinión

Se aplicó un sondeo de opinión a los estudiantes, personal docente y administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial tanto a hombres como a mujeres.

#### ◆ Propósito del sondeo de opinión

Evaluar el grado de conocimiento, participación y aceptación de la comunidad estudiantil, personal docente y administrativo hacia el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

## ◆ Instrumento

### ★ Encuesta escrita

Para llevar a cabo el sondeo de opinión se eligió a la encuesta escrita como instrumento principal, la misma que fue distribuida a cada individuo.

## ◆ Muestra

Se realizaron 400 sondeos de opinión que fueron repartidos a los estudiantes de la institución, y 300 sondeos de opinión que fueron repartidos al personal docente y administrativo de la institución.

## ▲ Entrevista

Se puso en práctica una entrevista destinada a las personas vinculadas directamente con el desarrollo cultural de la institución.

## ◆ Propósito de la entrevista

Determinar el nivel de participación y conocimiento del público interno referente al desarrollo y gestión cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial

### ◆ **Muestra**

Se realizaron encuestas grabadas: Economista Carlos Jaramillo Coordinador de la Comisión de Cultura, Lic. Cecilia Céspedes del departamento de Relaciones Públicas y el Msc. Hernán Pernet docente de la Universidad Tecnológica Equinoccial, periodista y conocedor del ámbito cultural.

### ▲ **Ficha de observación**

#### ◆ **Propósito de la ficha de observación**

Se visitó e indagó información referente a la gestión cultural de las universidades Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Universidad de las Américas en Ecuador. A nivel internacional se tomó como referencia a las universidades Universidad Nacional Autónoma de México y Universidad Nacional de Córdoba.

#### ◆ **Instrumento**

##### ★ **Ficha de observación**

La ficha de observación fue el instrumento que sirvió para investigar, esta fue llenada por el investigador.

### ◆ **Muestra**

Dos universidades a nivel nacional y dos a nivel internacional.

### ▲ **Revisión de literatura**

Se examinó literatura referente a comunicación, relaciones públicas, cultura y educación que fundamentarán los temas programados en la tesis y contribuirán al cumplimiento de los objetivos planteados.

### ◆ **Propósito de la revisión de literatura**

Analizar la literatura para desarrollar conocimientos acertados y ponerlos en práctica en el análisis y la propuesta.

### ◆ **Instrumento**

#### ★ **Libros especializados**

Para realizar el análisis se acudió a la revisión de libros especializados.

### 3.7. Población y muestra

#### ▲ Población

La población a estudiar serán los estudiantes y personal docente y administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial. De acuerdo a los alumnos matriculados del periodo escolar marzo – julio 2012 el número total es 9.058 que pertenecen a las nuevas y antiguas mallas curriculares de las diferentes carreras, por otro lado el número de personal docente y administrativo es 1122.

#### ▲ Muestra

La muestra es una porción representativa de la población objeto de estudio, en este caso se utilizará una muestra de tipo aleatoria, es decir, que a las personas se las elige al azar, en consecuencia tienen una misma oportunidad de ser incluidos en la investigación.

#### ◆ Cálculo de la muestra de estudiantes

##### ★ Nomenclatura

n= Número de encuestas.

e= Error máximo 5%

N= Total de estudiantes 9058

p= Probabilidad máxima (50%).



q= Probabilidad mínima (50%).

z= Número constante 1.96.

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 N - 1 + z^2 p q}$$

★ **Desarrollo:**

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 N - 1 + z^2 p q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 9058 * 50\% * 50\%}{5\% ^ 2 * 9058 - 1 + (1.96)^2 * 50\% * 50\%}$$

$$n = \frac{3.8416 * 9058 * 0.5 * 0.5}{(0.0025) * 9057 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{86993.3032}{23.6029}$$

$$n = 368.570$$

$$n = 369$$

Se realizará un total de 400 encuestas aumentando de esta manera el grado de confiabilidad.

#### ◆ **Cálculo de la muestra de profesores y personal administrativo**

★ **Nomenclatura**

n= Número de encuestas.

e= Error máximo 5%

N= Total de estudiantes 1122

p= Probabilidad máxima (50%).

q= Probabilidad mínima (50%).

z= Número constante 1.96.

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 N - 1 + z^2 p q}$$

★ **Desarrollo:**

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 N - 1 + z^2 p q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 1122 * 50\% * 50\%}{5\% ^ 2 * 1122 - 1 + (1.96)^2 * 50\% * 50\%}$$

$$n = \frac{3.8416 * 1122 * 0.5 * 0.5}{(0.0025) * 1121 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1077.5856}{3.7629}$$

$$n = 286.3710$$

$$n = 286$$

Se realizará un total de 300 encuestas.

### 3.8. **Diseño de la encuesta**

La presente encuesta ha sido realizada bajo el consentimiento y dirección de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Las encuestas fueron elaboradas para 400 estudiantes que pertenecen a la Universidad Tecnológica Equinoccial y 300 docentes y personal administrativo de la institución.

### **3.9. Presentación y análisis de resultados de encuestas realizadas a la comunidad universitaria.**

Esta sección comprende el análisis de los resultados obtenidos en el proceso de la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad Tecnológica Equinoccial en la ciudad de Quito.

Para fácil interpretación de los resultados, cada pregunta consta de las siguientes partes:

- Título de la pregunta
- Cuadro de resultados
- Gráfico de resultados
- Interpretación cuantitativa
- Interpretación cualitativa

### 3.9.1. Sondeo de opinión destinado a estudiantes de la comunidad universitaria

Mucho gusto, la Universidad Tecnológica Equinoccial en conjunto con Evelyn Aguirre, estudiante de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, se encuentran realizando una investigación acerca del conocimiento y participación de las acciones culturales de la universidad, para posteriormente, de acuerdo a los datos obtenidos, sugerir la implementación de actividades que permitan la vinculación e intervención de los públicos en dichas acciones.

**Agradecemos su colaboración.**

Lea detenidamente las preguntas y conteste con sinceridad. Marque con una X su respuesta.

**DATOS GENERALES**      **Género:**    F\_\_\_\_\_      M\_\_\_\_\_

**Edad:**      18 a 23\_\_\_\_\_      24 en adelante\_\_\_\_\_

#### 1. Identifique los aspectos de desarrollo estudiantil que se cumplen dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial

Investigativo      \_\_\_\_\_      Creativo      \_\_\_\_\_

Cultural      \_\_\_\_\_      Ético      \_\_\_\_\_

Analítico      \_\_\_\_\_      Humanístico      \_\_\_\_\_

Otros: (Mencione) \_\_\_\_\_

2. ¿Con qué valores relaciona usted a la universidad? Identifíquelos y de ser así califique su grado de desarrollo de los mismos dentro de la institución.

VALORES	ALTO	MEDIO	BAJO	NC/NA
Libertad				
Honestidad				
Lealtad				
Solidaridad				
Justicia				
Equidad				
Integridad				
Transparencia				
Dedicación Académica				
Sentirse parte de la institución y servir a la sociedad.				
Respeto a los derechos humanos				
Concienciación en la protección del ambiente				
Responsabilidad social y servicio a la comunidad.				
Reconocimiento a la igualdad de oportunidades				

3. ¿Cree usted que la Universidad Tecnológica Equinoccial se ha preocupado por su desarrollo cultural?

Sí\_\_\_\_\_

No\_\_\_\_\_

4. Indique su grado de interés por el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Alto \_\_\_\_\_

Medio \_\_\_\_\_

Bajo\_\_\_\_\_

Ninguno\_\_\_\_\_

5. Indique si conoció y/o asistió a los eventos culturales realizados por la Universidad Tecnológica Equinoccial que se detallan a continuación:

EVENTO	CONOCIÓ	ASISTIÓ	NC/NA
Concurso Nacional Universitario de Pintura			
Festival Nacional Universitario de Coro Polifónico			
Viernes culturales			
Feria del libro			
Casas abiertas			
Presentaciones Grupo de Teatro de la Universidad			
Presentaciones Estudiantina de la Universidad			
Presentaciones Coro Polifónico de la Universidad			
Presentaciones Grupo de Danza cultural de la Universidad			

**6. ¿Qué temas considera se deben abarcar dentro del desarrollo y actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Artes visuales\_\_\_ Creatividad\_\_\_ Música\_\_\_ Artes plásticas\_\_\_  
Tecnología\_\_\_ Ciencia\_\_\_ Artes escénicas\_\_\_ Contemporaneidad\_\_\_  
Identidad Nacional\_\_\_ Emprendimiento\_\_\_ Humanístico\_\_\_  
Otros. (Indique)\_\_\_\_\_

**7. ¿Conoce usted sobre los grupos artísticos y deportivos que existen dentro de la Universidad? Identifíquelos marcando con una X.**

Danza\_\_\_ Teatro\_\_\_ Estudiantina\_\_\_ Coro Polifónico\_\_\_ Fútbol\_\_\_  
Dance\_\_\_ Voley\_\_\_ Cheerleaders\_\_\_ Baloncesto\_\_\_ Atletismo\_\_\_  
BMX\_\_\_ Karate\_\_\_

**8. ¿Ha participado de alguno de estos grupos?**

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

**-Si su respuesta es Sí, como los valoraría:**

Excelentes\_\_\_ Buenos\_\_\_ Regulares\_\_\_ Malos\_\_\_ Pésimos\_\_\_

**- Si su respuesta es No, indique la razón por la que no lo ha hecho:**

Falta de tiempo \_\_\_\_\_  
Falta de interés \_\_\_\_\_  
No cree que le ayuden a su desarrollo personal \_\_\_\_\_  
No lo involucra de forma participativa \_\_\_\_\_  
No conocía \_\_\_\_\_

**9.¿Sabía usted que al formar parte de ellos recibe una beca académica por su desarrollo dentro del grupo y en la institución?**

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

**10. ¿A través de qué medios le gustaría informarse acerca de la actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Web institucional\_\_\_\_ Mailing\_\_\_\_ Cartelera\_\_\_\_ TV UTE\_\_\_\_  
Radio UTE\_\_\_\_ Revista UTE\_\_\_\_ Profesores\_\_\_\_ Boca a boca\_\_\_\_  
Afiches\_\_\_\_  
Otros. (Indique)\_\_\_\_\_

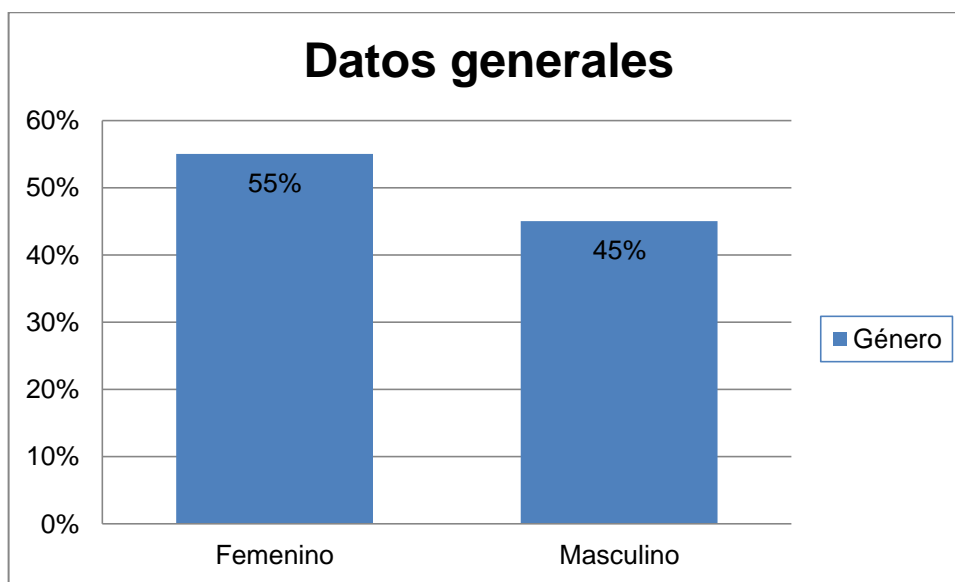
**11 ¿Con qué frecuencia le gustaría informarse acerca de la actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Semanal\_\_\_\_ Quincenal\_\_\_\_ Mensual\_\_\_\_ Trimestral\_\_\_\_

## 👤 Cuestionario realizado a estudiantes

### ◆ Información preliminar

#### ★ Género



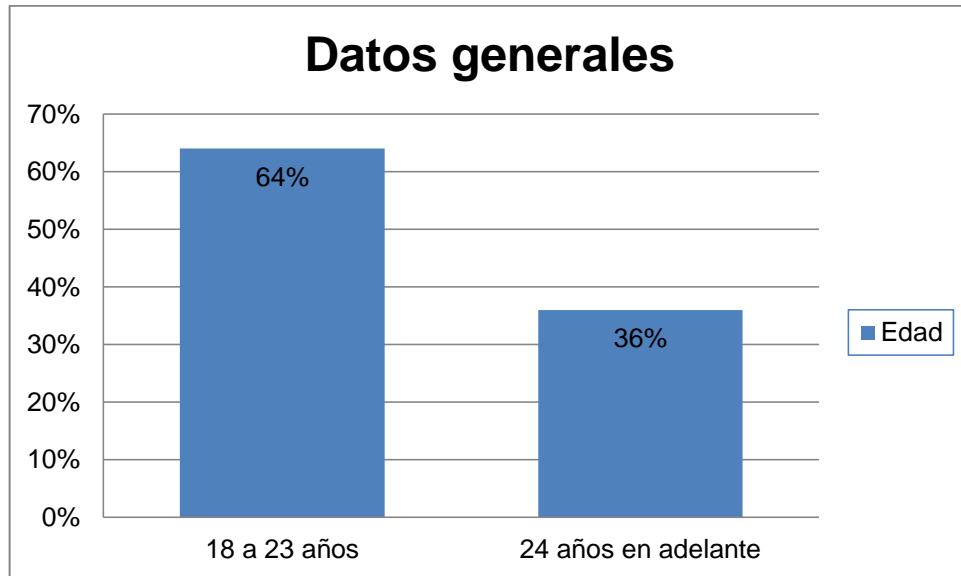
<b>Género</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Genero</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	222	55%
Masculino	178	45%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

### Resultados

El 55% de encuestados es de género femenino, mientras que el 45% de género masculino.



★ **Edad**

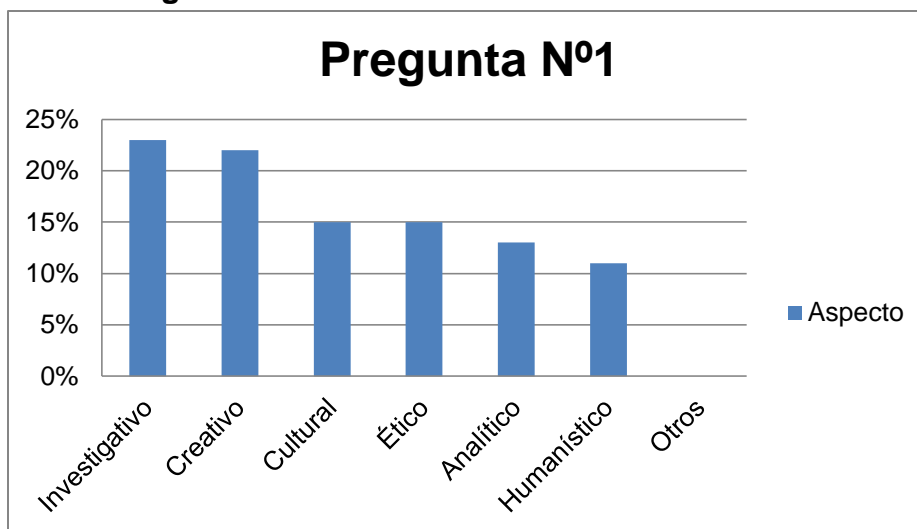


<b>Rango de edad</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Género</b>	<b>Porcentaje</b>
18 a 23 años	255	64%
24 años en adelante	145	36%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Resultados**

El 64% de encuestados indica estar en el rango de edad de 18 a 23 años, mientras que el 36% tiene de 24 años en adelante.

★ **Pregunta N° 1**



<b>Identifique los aspectos de desarrollo estudiantil que se cumplen dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Investigativo	227	23%
Creativo	215	22%
Cultural	146	15%
Ético	152	15%
Analítico	129	13%
Humanístico	112	11%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>981</b>	<b>100%</b>

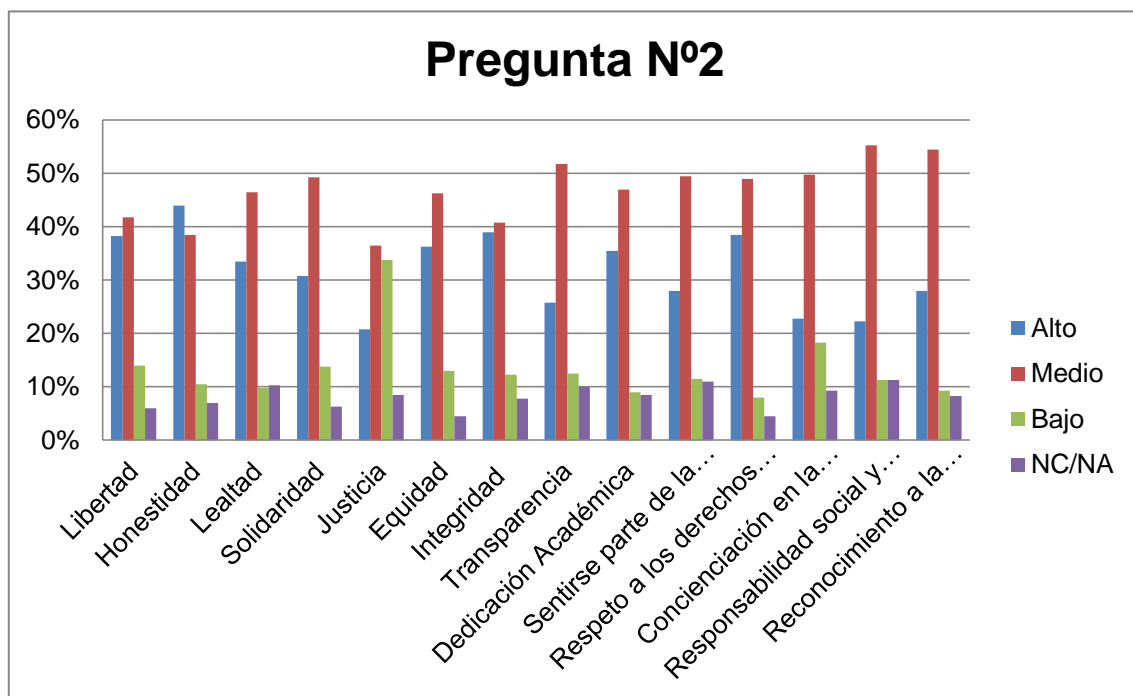
**Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 23% de encuestados indica que la investigación es parte del desarrollo estudiantil dentro de la institución, el 22% refiere el aspecto creativo, la cultura y ética son reconocidos por el 15% de estudiantes, el 12% corresponde al aspecto analítico, 11% aspecto humanístico.

**Análisis cualitativo:** Todos los aspectos señalados en la encuesta son reconocidos por los estudiantes, el ámbito investigativo es identificado por la mayoría de encuestados, a pesar de haber sido señalado en la evaluación realizada por el CONEA como un aspecto casi nulo dentro del desarrollo de la institución, la creatividad es considerada como un aspecto recurrente en su desarrollo estudiantil. La cultura, ética y aspecto analítico merecen menor

reconocimiento, se reconoce mayor y menor desarrollo de estos aspectos dependiendo de la facultad a la que pertenecen los estudiantes. Con el menor porcentaje el aspecto humanístico es identificado como parte del desarrollo estudiantil. No se reconocen otros aspectos adicionales a los señalados en la encuesta.

★ **Pregunta N° 2**



**¿Con qué valores relaciona usted a la universidad? Identifíquelos y de ser así califique su grado de desarrollo de los mismos dentro de la institución.**

Opciones	Alto	Medio	Bajo	NC/NA
Libertad	38%	42%	14%	6%
Honestidad	44%	39%	11%	7%
Lealtad	33%	47%	10%	10%
Solidaridad	31%	49%	14%	6%
Justicia	21%	37%	34%	9%
Equidad	36%	46%	13%	5%
Integridad	39%	41%	12%	8%
Transparencia	26%	52%	13%	10%
Dedicación Académica	36%	47%	9%	9%
Sentirse parte de la institucional y servir a la sociedad.	28%	50%	12%	11%
Respeto a los derechos humanos	39%	49%	8%	5%
Concienciación en la protección del ambiente	23%	50%	18%	9%
Responsabilidad social y servicio a la comunidad.	22%	55%	11%	11%
Reconocimiento a la igualdad de oportunidades	28%	55%	9%	8%

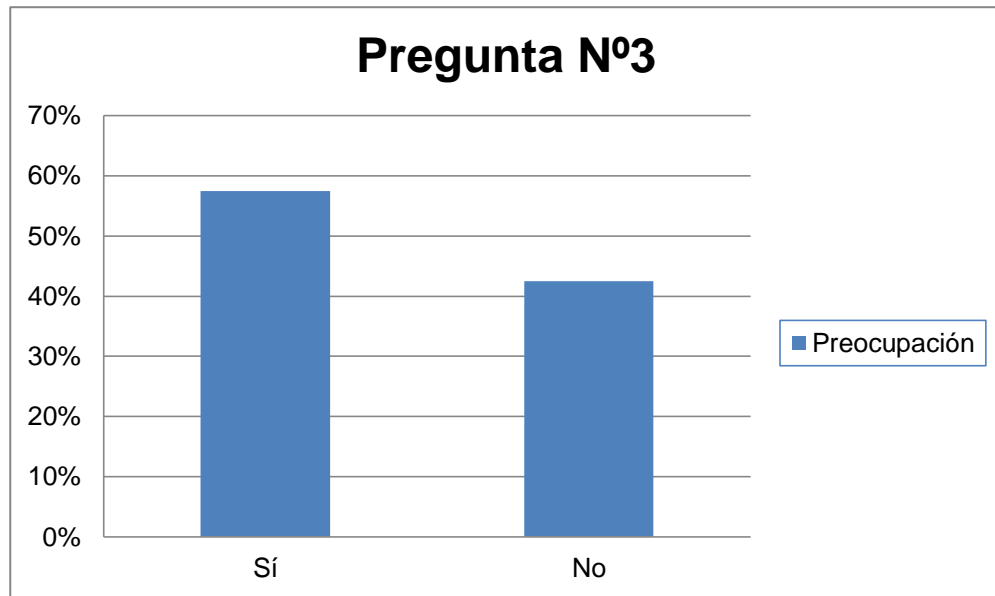
## Resultados

**Análisis cuantitativo:** Los encuestados indican que la libertad se aplica 38% en un nivel alto, 42% nivel medio, 14% nivel bajo y 6% no conoce. La honestidad se aplica 44% en un nivel alto, 39% nivel medio, 11% nivel bajo y 7% no conoce. El valor Lealtad se aplica 33% en un nivel alto, 47% nivel medio, 10% nivel bajo y 10% no conoce. El valor solidaridad se aplica 31% en un nivel alto, 49% nivel medio, 14% nivel bajo y 6% no conoce. El valor justicia se aplica 21% en un nivel alto, 37% nivel medio, 34% nivel bajo y 9% no conoce. El valor equidad se aplica 36% en un nivel alto, 46% nivel medio, 13% nivel bajo y 5% no conoce. El valor integridad se aplica 39% en un nivel alto, 41% nivel medio, 12% nivel bajo y 8% no conoce. El valor transparencia se aplica 26% en un nivel alto, 52% nivel medio, 13% nivel bajo y 10% no conoce. El valor dedicación académica se aplica 36% en un nivel alto, 47% nivel medio, 9% nivel bajo y 9% no conoce. El sentirse parte de la institucional y servir a la sociedad se aplica 28% en un nivel alto, 50% nivel medio, 12% nivel bajo y 11% no conoce. El respeto a los derechos humanos se aplica 39% en un nivel alto, 49% nivel medio, 8% nivel bajo y 5% no conoce. La concienciación en la protección del ambiente se aplica 23% en un nivel alto, 50% nivel medio, 18% nivel bajo y 9% no conoce. La responsabilidad social y servicio a la comunidad se aplica 22% en un nivel alto, 55% nivel medio, 11% nivel bajo y 11% no conoce. El reconocimiento a la igualdad de oportunidades se aplica 28% en un nivel alto, 55% nivel medio, 9% nivel bajo y 8% no conoce.

**Análisis cualitativo:** Los valores que practica la institución son reconocidos por los estudiantes, quienes los relacionan con la actividad académica, el porcentaje se mantiene parejo, pero se resalta la importancia de trabajar en la concienciación para la protección del ambiente aspecto que no fue reconocido mayormente por los encuestados, el bajo porcentaje de reconocimiento al valor justicia puede ser relacionado con la finalización de semestre, tiempo en que los estudiantes reciben calificaciones y muchas de las veces no se sienten satisfechos con sus resultados. El mayor porcentaje de reconocimiento es medio, sin embargo el resultado no es óptimo, reconociendo que los valores mencionados en la encuesta son los pilares

para el desarrollo estudiantil y deben ser reconocidos plenamente por los encuestados.

★ **Pregunta N° 3**



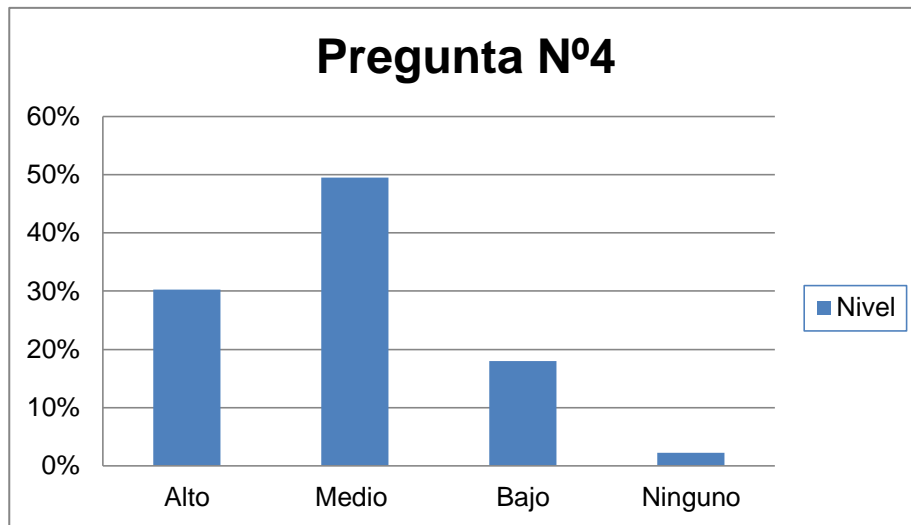
¿Cree usted que la Universidad Tecnológica Equinoccial se ha preocupado por su desarrollo cultural?		
Opciones	Respuesta	Porcentaje
Sí	230	58%
No	170	43%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 58% de encuestados señalan que la Universidad Tecnológica Equinoccial sí se ha preocupado por su desarrollo cultural, mientras que el 43% indica que no se ha preocupado.

**Análisis cualitativo:** Los resultados indican que la mayoría de encuestados creen que la universidad se preocupa por su desarrollo cultural, sin embargo un alto porcentaje señala no creer que la institución se preocupe, desconociendo las iniciativas culturales que se dan en la institución.

★ **Pregunta N° 4**



**Indique su grado de interés por el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.**

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Alto	121	30%
Medio	198	50%
Bajo	72	18%
Ninguno	9	2%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

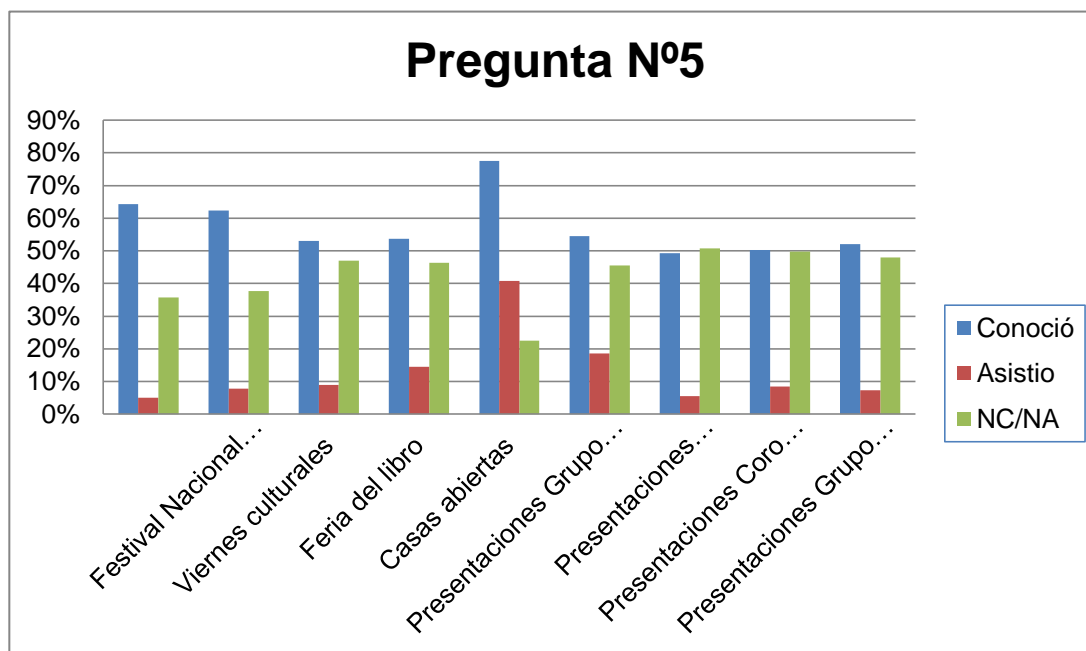
**Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 30% de encuestados señala un nivel de interés alto, 50% nivel de interés medio, 18% nivel de interés bajo y el 2% ningún interés por su desarrollo cultural dentro de institución.

**Análisis cualitativo:** Se evidencia el interés de los estudiantes por su desarrollo cultural dentro de la institución, la mayoría de encuestados señalan su interés entre alto y medio, solo una mínima parte de encuestados manifiesta bajo o ningún interés, sin embargo este pequeño porcentaje desinteresado es un punto de partida para generar actividades que despierten el interés de los estudiantes y sean participativas, cumpliendo así la obligación de fomentar la cultura entre

estudiantes de una institución de educación superior, ya que es inconcebible que un estudiante en plena formación profesional no muestre interés por su desarrollo cultural.

★ **Pregunta N° 5**



<b>Indique si conoció y/o asistió a los eventos culturales realizados por la Universidad Tecnológica Equinoccial que se detallan a continuación:</b>			
<b>Opciones</b>	<b>Conoció</b>	<b>Asistió</b>	<b>NC/NA</b>
Concurso Nacional Universitario de Pintura	64%	5%	36%
Festival Nacional Universitario de Coro Polifónico	62%	8%	38%
Viernes culturales	53%	9%	47%
Feria del libro	54%	15%	46%
Casas abiertas	78%	41%	23%
Presentaciones Grupo de Teatro de la Universidad	55%	19%	46%
Presentaciones Estudiantina de la Universidad	49%	6%	51%
Presentaciones Coro Polifónico de la Universidad	50%	9%	50%
Presentaciones Grupo de Danza cultural de la Universidad	52%	7%	48%

**Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 64% de encuestados conoció acerca de la celebración del Concurso Nacional Universitario de Pintura, el 5% asistió al evento y el 36% no conoció acerca de la realización del evento. El 62% de encuestados conoció

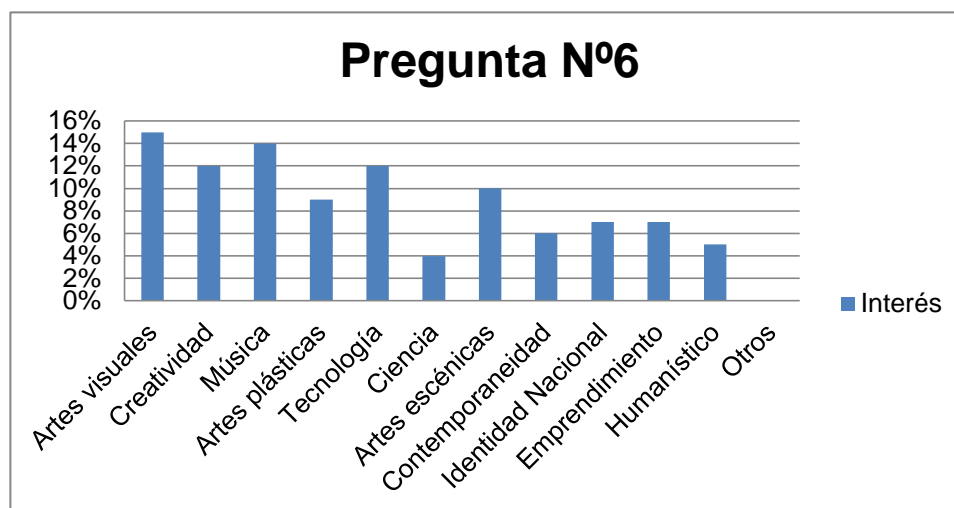
acerca de la realización del Festival Nacional Universitario de Coro, el 8% asistió al evento, mientras que el 38% no conoció acerca de la realización del evento. El 53% de encuestados conoció acerca de los Viernes culturales, el 9% asistió y el 47% indicó no haber conocido del evento. El 54% de encuestados conoció acerca de la Feria del libro, el 15% asistió al evento, mientras que el 46% desconocía el evento. El 78% de encuestados conoció acerca de la realización de casas abiertas, el 41% asistió a las mismas y el 23% no conoció acerca de su realización. El 55% de encuestados conoció acerca de las Presentaciones del grupo de teatro de la universidad, el 19% asistió a las mismas, mientras que el 46% no conoció de las presentaciones. El 49% de encuestados conoció acerca de las Presentaciones de la estudiantina de la universidad, el 6% asistió a las mismas, mientras que el 51% no conoció de las presentaciones. El 50% de encuestados conoció acerca de las Presentaciones del coro polifónico de la universidad, el 9% asistió a las mismas, mientras que el 50% no conoció de las presentaciones. El 52% de encuestados conoció acerca de las Presentaciones del grupo de danza de la universidad, el 7% asistió a las mismas, mientras que el 48% no conoció de las presentaciones.

**Análisis cualitativo:** El porcentaje de conocimiento no es alto, la mitad de encuestados en su mayoría indican haber conocido de la realización de los eventos, sin embargo el número de estudiantes que asisten a los mismos es reducido, sin alcanzar un porcentaje aceptable. El desconocimiento por parte de los encuestados es notable alcanzando casi la mitad de respuestas. Solo dos eventos son reconocidos en comparación a las otras opciones Casas abiertas, que para la mayoría de estudiantes la asistencia es obligatoria, ya que aborda temas de su especialización y en algunos de los casos de materias en las que están inscritos, el segundo evento son las presentaciones del grupo de teatro, funciones que se llenan por profesores que llevan a los estudiantes en sus horas de clase y por la convocatorias que realiza el grupo con mini presentaciones en las aulas de la universidad. La mayor parte de encuestados se sorprendió al enterarse mediante la encuesta la cantidad de eventos que realiza la institución, aún mayor



asombro se percibió en los estudiantes de medicina e ingenierías, quienes no se sentían integrados a la actividad cultural de la universidad.

★ **Pregunta N° 6**



¿Qué temas considera se deben abarcar dentro del desarrollo y actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?		
Opciones	Conoció	Asistió
Artes visuales	306	15%
Creatividad	242	12%
Música	295	14%
Artes plásticas	188	9%
Tecnología	243	12%
Ciencia	91	4%
Artes escénicas	200	10%
Contemporaneidad	117	6%
Identidad Nacional	135	7%
Emprendimiento	136	7%
Humanístico	107	5%
Otros	1	0%
<b>Total</b>	<b>2061</b>	<b>100%</b>

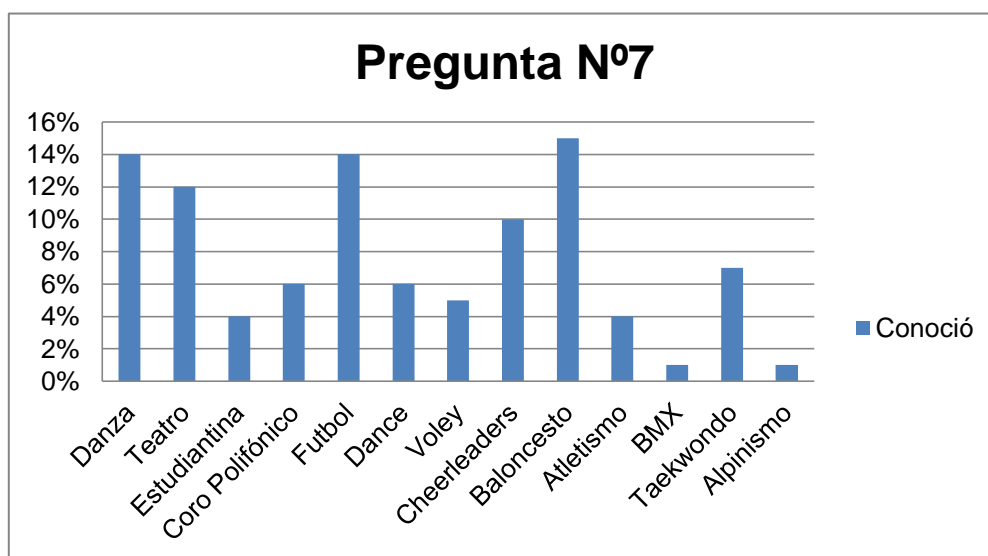
**Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 15% de encuestados señala un nivel de interés por las artes visuales, 12% creatividad, 14% música, 9% artes plásticas, 12% tecnología, 4%

ciencia, 10% artes escénicas, 6% contemporaneidad, 7% identidad nacional, 7% emprendimiento y 5% humanístico.

**Análisis cualitativo:** El interés de la muestra tiene una tendencia hacia el aspecto artístico, la mayoría asocia a la cultura con el arte, otros aspectos de interés son la creatividad y la tecnología que en la actualidad son abordados comúnmente en proyectos culturales. En menor proporción corresponde a la contemporaneidad, identidad nacional, emprendimiento, aspecto humanístico y en último lugar ciencia, aspectos que merecen igual atención para lograr captar el interés de los encuestados y lograr un desarrollo cultural pleno y rico en manifestaciones.

★ **Pregunta N° 7**



¿Conoce usted de los grupos artísticos y deportivos que existen dentro de la Universidad?		
Opciones	Conoció	Asistió
Danza	302	14%
Teatro	263	12%
Estudiantina	99	4%
Coro Polifónico	141	6%
Futbol	314	14%
Dance	143	6%
Voley	104	5%
Cheerleaders	231	10%
Baloncesto	325	15%
Atletismo	98	4%

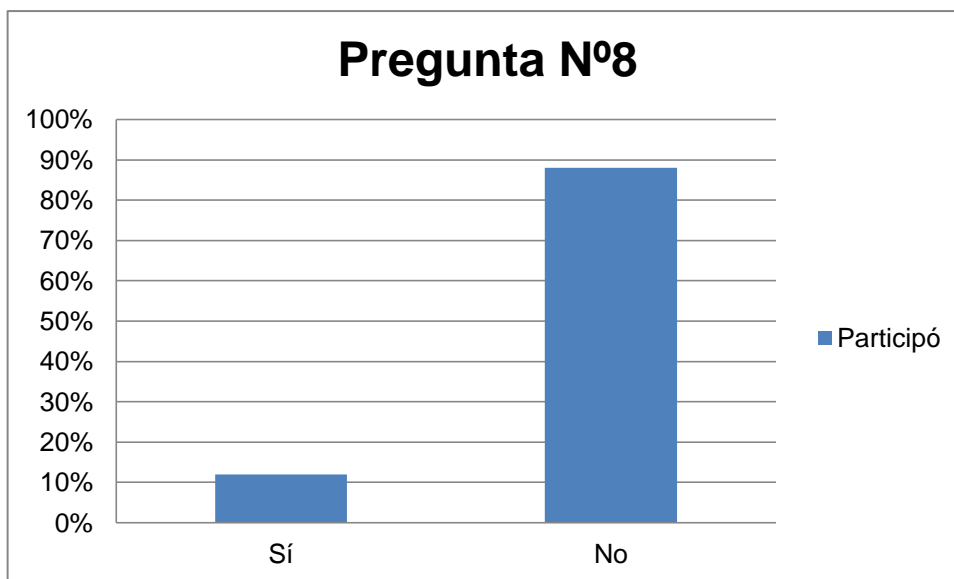
BMX	24	1%
Taekwondo	146	7%
Alpinismo	18	1%
<b>Total</b>	<b>2208</b>	<b>100%</b>

## Resultados

**Análisis cuantitativo:** El 15% de encuestados señala conocer el grupo de baloncesto, 14% fútbol, 14% danza, 12% danza, 10% cheerleaders, 7% karate, 6% Coro polifónico, 6% dance, 5% vóley, 4% estudiantina, 4% atletismo, 1% BMX y 1% alpinismo.

**Análisis cualitativo:** La mayoría de la muestra conoce acerca del grupo de baloncesto, con el mismo porcentaje son identificados el grupo de danza y futbol. Los grupos estudiantina, coro polifónico, dance, voley, atletismo y taekwondo merecen un reconocimiento medio sin alcanzar mayoría. El menor porcentaje de reconocimiento perteneces a los grupos de BMX y Andinismo que son grupos esporádicos, que se agrupan conforme la demanda de presentaciones o concursos a los que son invitados, sin tener presencia permanente.

### ★ Pregunta N° 8



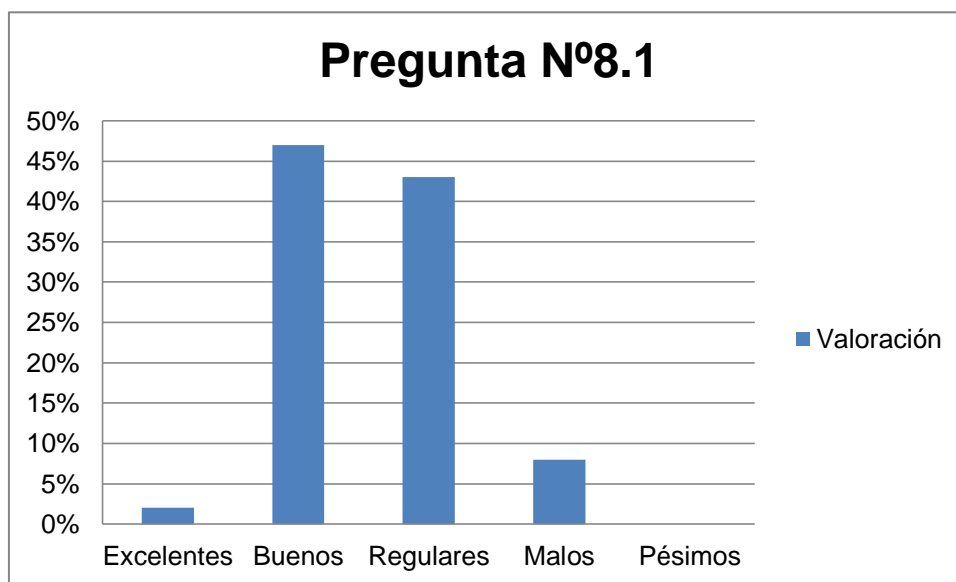
¿Ha participado de alguno de estos grupos?		
Opciones	Participó	Porcentaje
Sí	47	12%
No	353	88%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

## Resultados

**Análisis cuantitativo:** El 12% de encuestados indica haber participado de los grupos de la institución, mientras que el 88% de encuestados no ha participado de ninguno.

**Análisis cualitativo:** La mayoría de encuestados afirma no haber formado parte de los grupos de la institución, el porcentaje que afirma haber participado de los grupos es una minoría preocupante para el gran número de estudiantes que conforma la institución.

### ★ Pregunta N° 8.1



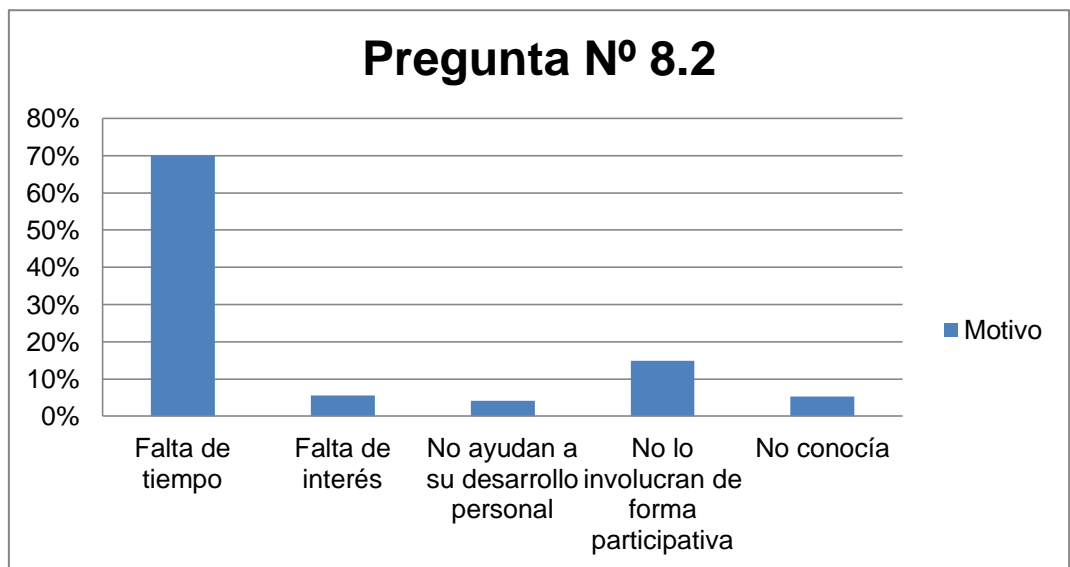
Si su respuesta es Sí, cómo los valoraría:		
Opciones	Valoración	Porcentaje
Excelentes	1	2%
Buenos	22	47%
Regulares	20	43%
Malos	4	8%
Pésimos	0	0%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

## Resultados

**Análisis cuantitativo:** El 2% de encuestados valora a los grupos de la institución como excelentes, 47% buenos, 43% regulares y 8% regulares.

**Análisis cualitativo:** La opinión de los encuestados que participaron de los grupos de la institución merece una calificación buena, que no cumple con el objetivo de la excelencia, sin embargo al ser grupos universitarios y no profesionales es una calificación satisfactoria, es preocupante el porcentaje que señala que los grupos son malos, ya que supera la el porcentaje señalado a la calificación excelente.

### ★ Pregunta N° 8.2



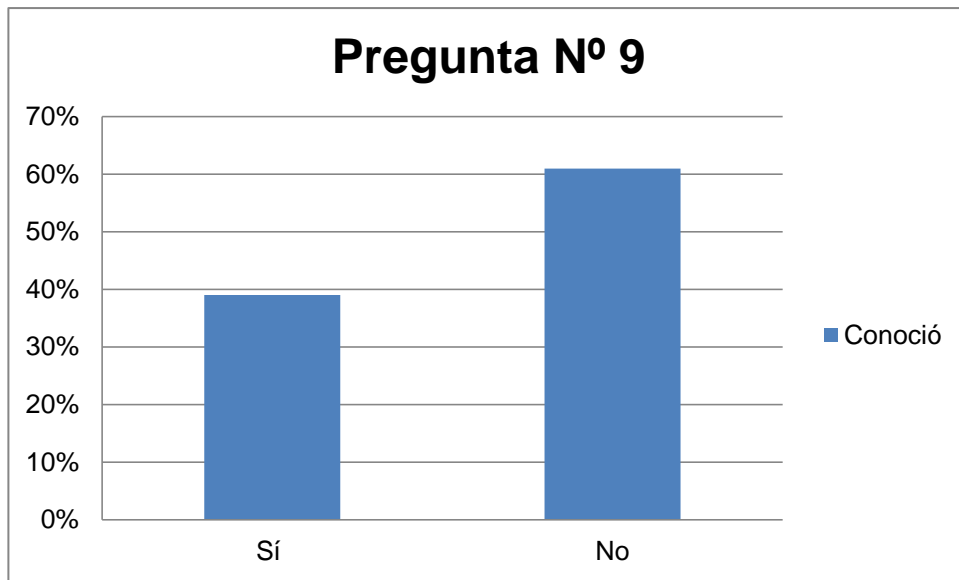
<b>Si su respuesta es No, indique la razón por lo que no lo ha hecho1:</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Motivo</b>	<b>Porcentaje</b>
Falta de tiempo	267	70
Falta de interés	21	6
No ayudan a su desarrollo personal	16	4
No lo involucran de forma participativa	57	15
No conocía	20	2
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

## **Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 70% de encuestados indica no haber participado de los grupos de la institución por falta de tiempo, 6% falta de interés, 4% no creen ayude a su desarrollo personal, 15% no se sienten involucrados de forma participativa y el 5% no conocía acerca de los grupos.

**Análisis cualitativo:** El motivo más influyente para que los encuestados no participen en los grupos es la falta de tiempo, debido a los diferentes horario de clases y en muchos de los casos por cuestiones laborales. Se evidencia la necesidad de encontrar actividades que no ocupen gran cantidad de tiempo e involucren a los estudiantes en manifestaciones culturales. Otro de los motivos señalados es no saber que dentro de los grupos se pueden involucrar de forma participativa, aportando al grupo con nuevos conocimientos, proyectos o desarrollando sus habilidades, los encuestados comentan que en la mayoría de grupos se desarrollan en base a presentaciones o concursos estrictamente académicos. Los motivos restantes no alcanzan un porcentaje representativo y se descarta la posibilidad de que los estudiantes no participan por falta de interés.

★ **Pregunta N° 9**



**¿Sabía usted que al formar parte de ellos recibe una beca académica por desarrollo dentro del grupo y en la institución?**

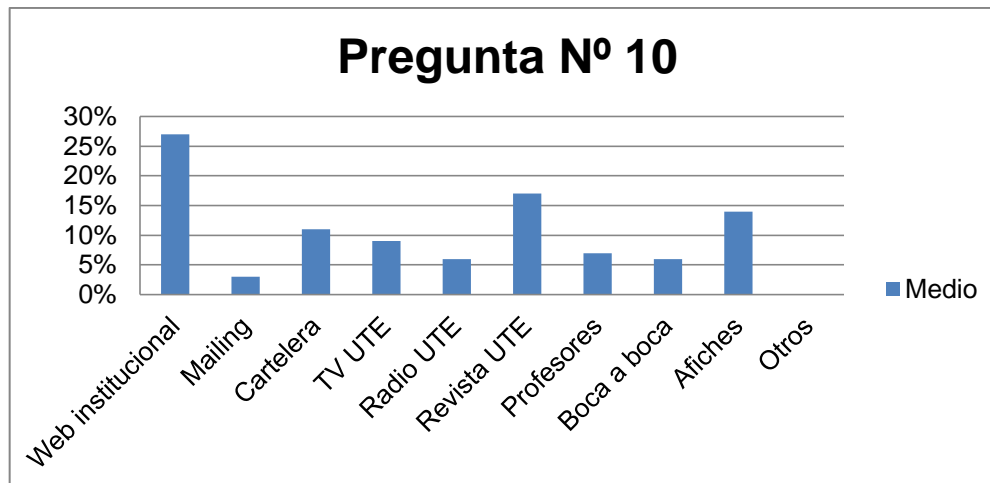
Opciones	Conoció	Porcentaje
Sí	156	39%
No	244	61%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 39% de encuestados afirmó conocer que al formar parte de los grupos pueden ser beneficiarios de una beca, el 61% indicó no conocer acerca de dicha beca.

**Análisis cualitativo:** Existe desconocimiento por parte de los estudiantes acerca de la beca que se otorga a estudiantes que participan dentro de los grupos y mantienen una excelencia académica. El conocimiento de éste beneficio sorprendió a los estudiantes que participaron en la encuesta, haciendo que su interés sea notable por participar en los grupos de la institución.

★ **Pregunta N° 10**



**¿A través de qué medios le gustaría informarse acerca de la actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Opciones	Medio	Porcentaje
Web institucional	267	27%
Mailing	34	3%
Cartelera	112	11%
TV UTE	87	9%
Radio UTE	62	6%
Revista UTE	175	17%
Profesores	66	7%
Boca a boca	59	6%
Afiches	141	14%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>1003</b>	<b>100%</b>

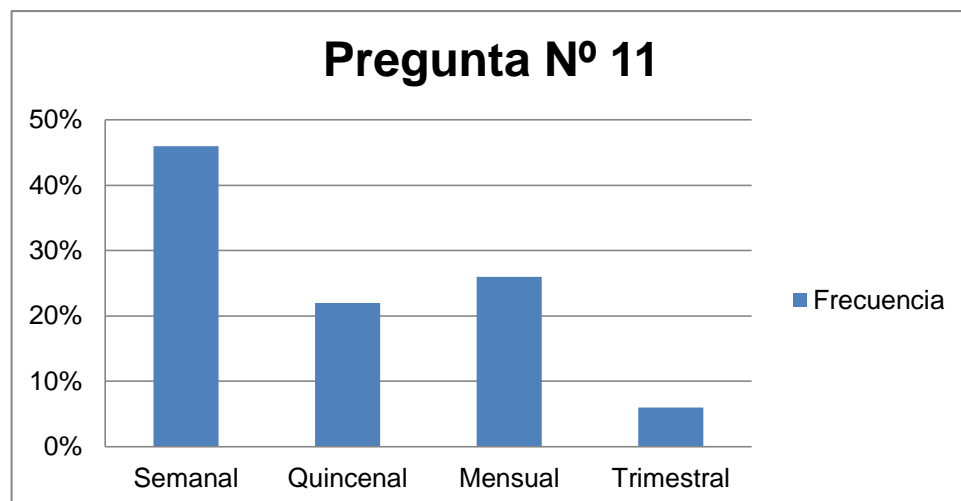
**Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 27% de la muestra señala a la Web institucional como medio para informarse acerca de la actividad cultural, 3% mailing, 11% cartelera, 9% TV UTE, 6% Radio UTE, 17% Revista UTE, 7% profesores, 6% boca a boca y 14% afiches.



**Análisis cualitativo:** La muestra prefieren ser informada por medios con los que interactúan y se relacionan diariamente por su actividad estudiantil como la web institucional, que es el filtro para que los estudiantes puedan hacer sus trámites universitarios on line y las carteleras que se encuentran ubicadas en los lugares visibles de los campus universitarios, por ende los afiches son la herramienta ideal para comunicar por su fácil visibilidad. La Revista UTE es el medio impreso de fácil acceso para estudiantes, ya que es entregado gratuita y periódicamente en las instalaciones universitarias. Por otro lado existe un desconocimiento acerca de Radio y TV UTE, los encuestados dudaban de la existencia de estos medios, pero se mostraron interesados por ser informados a través de ellos y poder opinar acerca de su contenido y función.

★ **Pregunta N° 11**



<b>¿Con qué frecuencia le gustaría informarse acerca de la actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Semanal	182	46%
Quincenal	88	22%
Mensual	105	26%
Trimestral	25	6%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

## **Resultados**

**Análisis cuantitativo:** Al 46% le gustaría recibir información acerca de la actividad cultural de la institución semanalmente, el 22% quincenal, 26% mensual y 6% trimestral.

**Análisis cualitativo:** Los encuestados indican interés por mantenerse informados continuamente acerca de la actividad cultural de la institución, según los porcentajes el lapso que sugiere la encuesta es de 7 a 20 días, sin embargo el periodo con que se informa a los estudiantes actualmente es mensual, sin tener en cuenta el recurso de recordación para que los estudiantes se sientan mejor informados y bienvenidos a las actividades realizadas.

**3.9.2. Sondeos de opinión destinados a docentes y personal administrativo de la comunidad universitaria**

Mucho gusto, la Universidad Tecnológica Equinoccial en conjunto con Evelyn Aguirre, estudiante de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, se encuentran realizando una investigación acerca del conocimiento y participación de las acciones culturales de la universidad, para posteriormente, de acuerdo a los datos obtenidos, sugerir la implementación de actividades que permitan la vinculación e intervención de los públicos en dichas acciones.

**Agradecemos su colaboración.**

Lea detenidamente las preguntas y conteste con sinceridad. Marque con una X su respuesta.

**DATOS GENERALES**    **Género:**    F\_\_\_\_\_    M\_\_\_\_\_  
**Edad:**    21 a 35\_\_\_\_\_    36 en adelante\_\_\_\_\_

**1. Identifique los aspectos de desarrollo estudiantil que se cumplen dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial**

Investigativo    \_\_\_\_\_    Creativo    \_\_\_\_\_  
Cultural    \_\_\_\_\_    Ético    \_\_\_\_\_  
Analítico    \_\_\_\_\_    Humanístico    \_\_\_\_\_  
Otros: (Mencione) \_\_\_\_\_

**2. ¿Con qué valores relaciona usted a la universidad? Identifíquelos y de ser así califique su grado de desarrollo de los mismos dentro de la institución.**

<b>VALORES</b>	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>	<b>NC/NA</b>
Libertad				
Honestidad				
Lealtad				
Solidaridad				
Justicia				
Equidad				
Integridad				
Transparencia				
Dedicación Académica				
Sentirse parte de la institución y servir a la sociedad.				
Respeto a los derechos humanos				
Concienciación en la protección del ambiente				
Responsabilidad social y servicio a la comunidad.				
Reconocimiento a la igualdad de oportunidades				

**3. ¿Cree usted que la Universidad Tecnológica Equinoccial se ha preocupado por su desarrollo cultural?**

Sí\_\_\_\_\_

No\_\_\_\_\_

**4. Indique su grado de interés por el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.**

Alto \_\_\_\_\_

Medio \_\_\_\_\_

Bajo\_\_\_\_\_

Ninguno\_\_\_\_\_

**5. Indique si conoció y/o asistió a los eventos culturales realizados por la Universidad Tecnológica Equinoccial que se detallan a continuación:**

<b>EVENTO</b>	<b>CONOCIÓ</b>	<b>ASISTIÓ</b>	<b>NC/NA</b>
Concurso Nacional Universitario de Pintura			
Festival Nacional Universitario de Coro Polifónico			
Viernes culturales			
Feria del libro			
Casas abiertas			
Presentaciones Grupo de Teatro de la Universidad			
Presentaciones Estudiantina de la Universidad			
Presentaciones Coro Polifónico de la Universidad			
Presentaciones Grupo de Danza cultural de la Universidad			

**6. ¿Qué temas considera se deben abarcar dentro del desarrollo y actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Artes visuales\_\_\_ Creatividad\_\_\_ Música\_\_\_ Artes plásticas\_\_\_  
Tecnología\_\_\_ Ciencia\_\_\_ Artes escénicas\_\_\_ Contemporaneidad\_\_\_  
Identidad Nacional\_\_\_ Emprendimiento\_\_\_ Humanístico\_\_\_  
Otros. (Indique)\_\_\_\_\_

**7. ¿Conoce usted sobre los grupos artísticos y deportivos que existen dentro de la Universidad? Identifíquelos marcando con una X.**

Danza\_\_\_ Teatro\_\_\_ Estudiantina\_\_\_ Coro Polifónico\_\_\_ Fútbol\_\_\_  
Dance\_\_\_ Voley\_\_\_ Cheerleaders\_\_\_ Baloncesto\_\_\_ Atletismo\_\_\_  
BMX\_\_\_ Karate\_\_\_

**8.¿Sabía usted que al formar parte de ellos recibe una beca académica por su desarrollo dentro del grupo y en la institución?**

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

**9. ¿A través de qué medios le gustaría informarse acerca de la actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Web institucional\_\_\_ Mailing\_\_\_ Cartelera\_\_\_ TV UTE\_\_\_  
Radio UTE\_\_\_ Revista UTE\_\_\_ Profesores\_\_\_ Boca a boca\_\_\_  
Afiches\_\_\_  
Otros. (Indique)\_\_\_\_\_

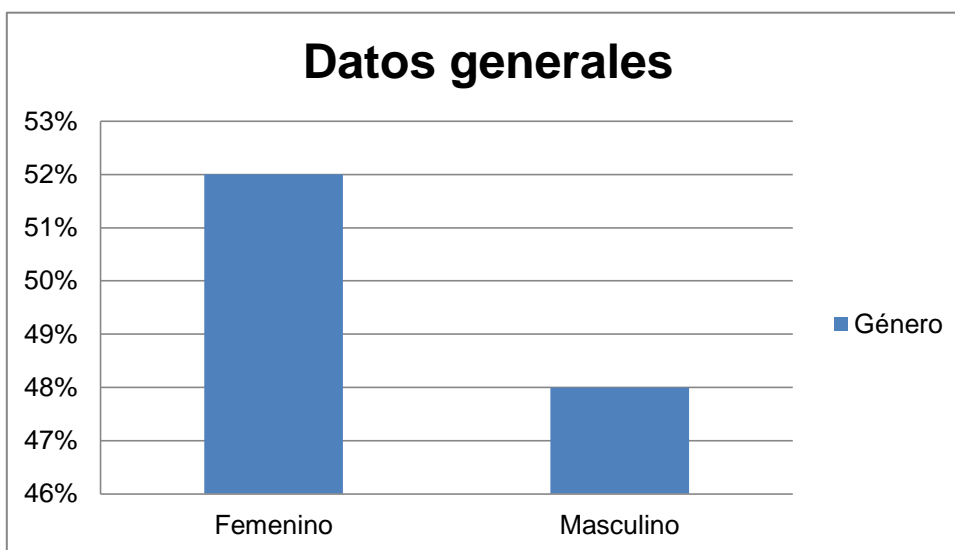
**10. ¿Con qué frecuencia le gustaría informarse acerca de la actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Semanal\_\_\_\_\_ Quincenal\_\_\_\_\_ Mensual\_\_\_\_\_ Trimestral\_\_\_\_\_

⤴ **Cuestionario realizado a profesores y personal administrativo:**

◆ **Información preliminar**

★ **Género**

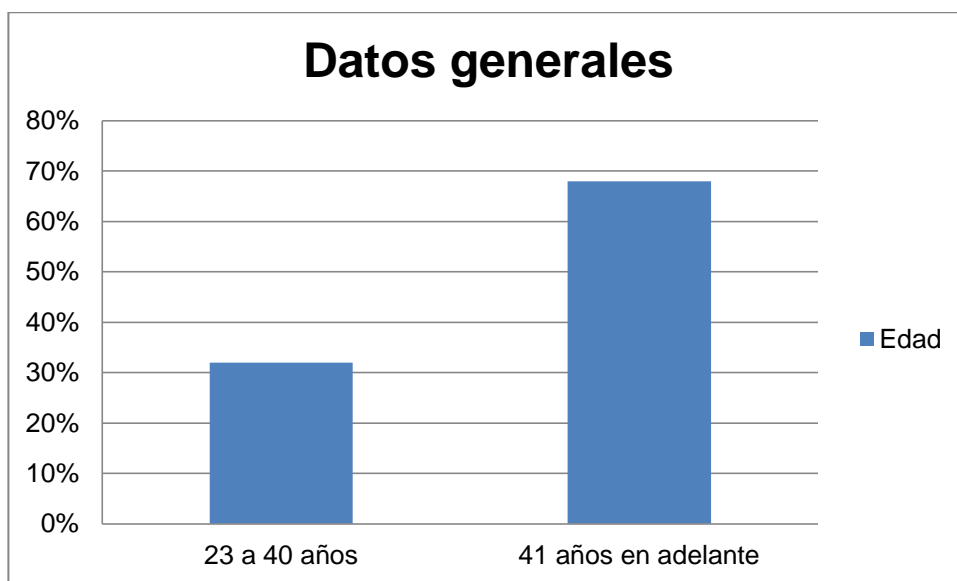


<b>Género</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Género</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	156	52%
Masculino	144	48%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**Resultados**

El 52% de encuestados es de género femenino, mientras que el 48% de género masculino.

★ **Edad**

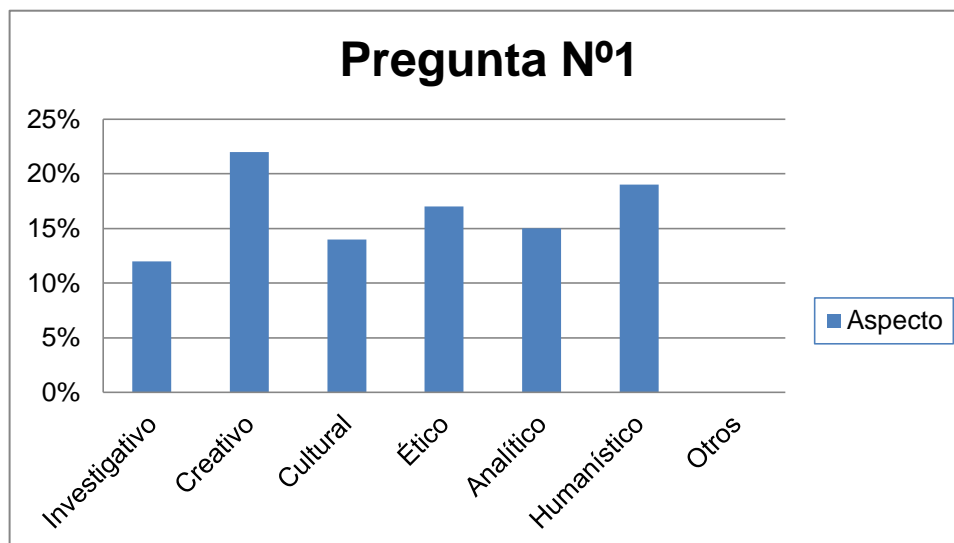


<b>Rango de edad</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Género</b>	<b>Porcentaje</b>
23 a 40 años	97	32%
41 años en adelante	203	68%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Resultados**

El 32% de encuestados indica estar en el rango de edad de 23 a 40 años, mientras que el 68% tiene de 41 años en adelante.

★ **Pregunta N° 1**



<b>Identifique los aspectos de desarrollo estudiantil que se cumplen dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Investigativo	106	12%
Creativo	194	22%
Cultural	121	14%
Ético	148	17%
Analítico	131	15%
Humanístico	167	19%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>867</b>	<b>100%</b>

**Resultados**

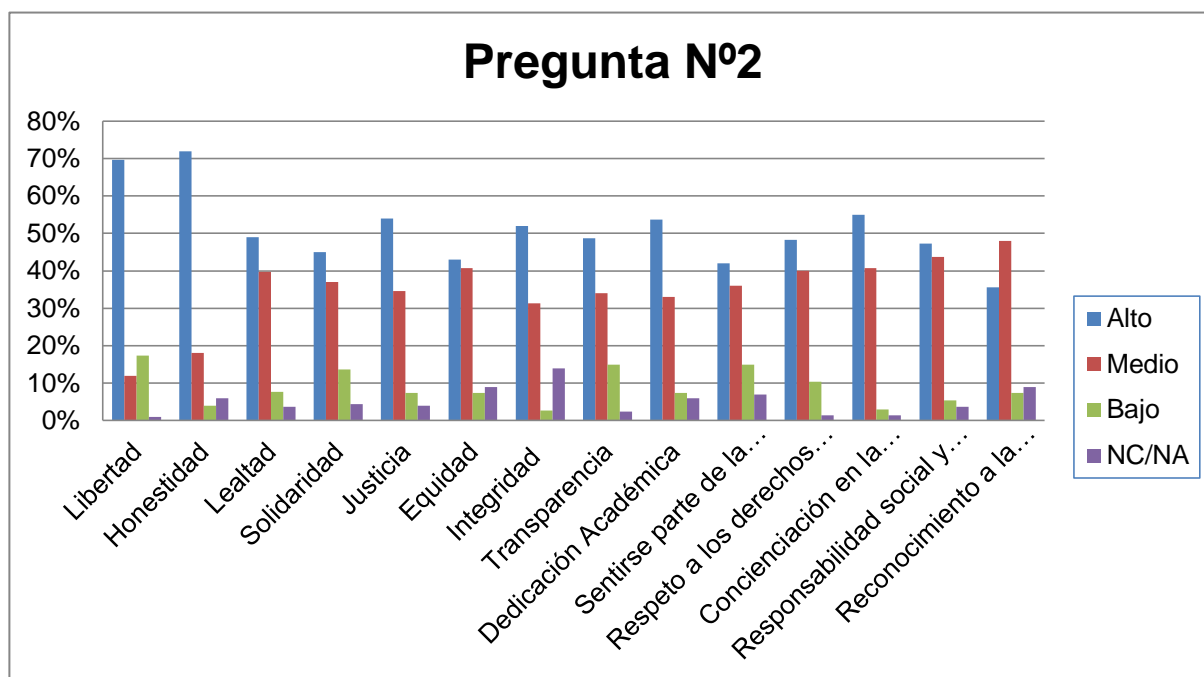
**Análisis cuantitativo:** El 23% de encuestados indica que la investigación es parte del desarrollo estudiantil dentro de la institución, el 22% refiere el aspecto creativo, la cultura y ética son reconocidos por el 15% de estudiantes, el 12% corresponde al aspecto analítico, 11% aspecto humanístico.

**Análisis cualitativo:** El aspecto investigativo es el menos reconocido por los encuestados, este resultado se relaciona con la calificación obtenida en la evaluación del CONEA, debido a que los profesores y personal administrativo de la institución vivieron este proceso de cerca. El resto de aspectos son reconocidos



medianamente, siendo señalados por menos de la mitad de encuestados quienes en su mayoría son los generadores de estos aspectos, es preocupante concluir que solo el aspecto creativo y humanístico tenga notoriedad, ya que estos aspectos no necesitan un apoyo constante para su desarrollo, como es el caso de los demás aspectos que son pilares fundamentales de una educación formal.

★ **Pregunta N° 2**



<b>¿Con qué valores relaciona usted a la universidad? Identifíquelos y de ser así califique su grado de desarrollo de los mismos dentro de la institución.</b>				
<b>Opciones</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>NC/NA</b>
Libertad	70%	12%	17%	1%
Honestidad	72%	18%	4%	6%
Lealtad	49%	40%	8%	4%
Solidaridad	45%	37%	14%	4%
Justicia	54%	35%	7%	4%
Equidad	43%	41%	7%	9%
Integridad	52%	31%	3%	14%
Transparencia	49%	34%	15%	2%
Dedicación Académica	54%	33%	7%	6%
Sentirse parte de la institucional y servir a la sociedad.	42%	36%	15%	7%
Respeto a los derechos humanos	48%	40%	10%	1%
Concienciación en la protección del ambiente	55%	41%	3%	1%

Responsabilidad social y servicio a la comunidad.	47%	44%	5%	4%
Reconocimiento a la igualdad de oportunidades	36%	48%	7%	9%

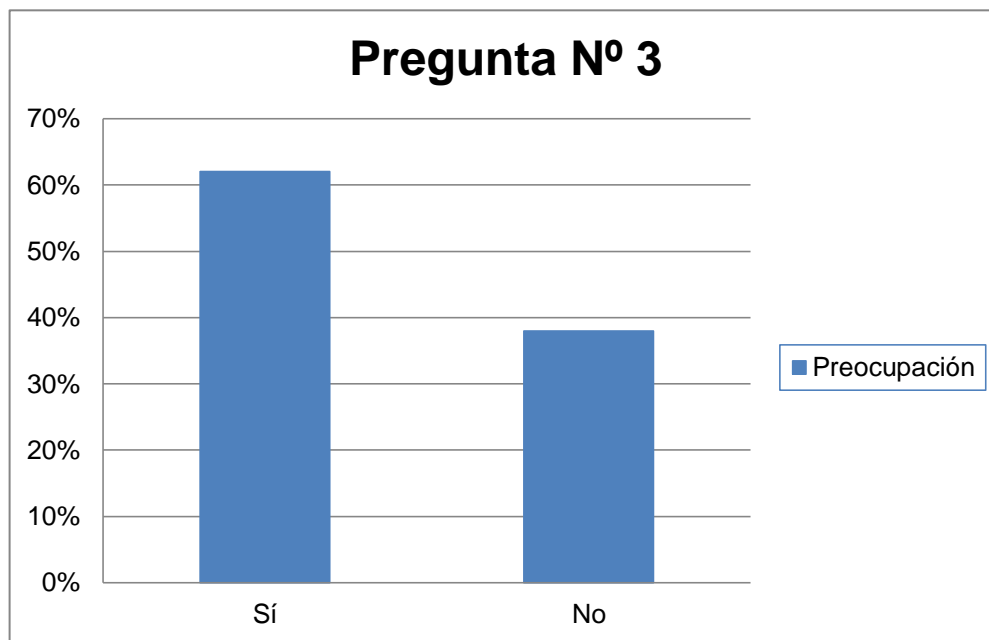
## Resultados

**Análisis cuantitativo:** Los encuestados indican que la libertad se aplica 70% en un nivel alto, 12% nivel medio, 17% nivel bajo y 1% no conoce. La honestidad se aplica 72% en un nivel alto, 18% nivel medio, 4% nivel bajo y 6% no conoce. El valor lealtad se aplica 49% en un nivel alto, 40% nivel medio, 8% nivel bajo y 4% no conoce. El valor solidaridad se aplica 45% en un nivel alto, 37% nivel medio, 14% nivel bajo y 4% no conoce. El valor justicia se aplica 54% en un nivel alto, 35% nivel medio, 7% nivel bajo y 4% no conoce. El valor equidad se aplica 43% en un nivel alto, 41% nivel medio, 7% nivel bajo y 9% no conoce. El valor integridad se aplica 52% en un nivel alto, 31% nivel medio, 3% nivel bajo y 14% no conoce. El valor transparencia se aplica 49% en un nivel alto, 34% nivel medio, 15% nivel bajo y 2% no conoce. El valor dedicación académica se aplica 54% en un nivel alto, 33% nivel medio, 7% nivel bajo y 6% no conoce. El sentirse parte de la institucional y servir a la sociedad se aplica 42% en un nivel alto, 36% nivel medio, 15% nivel bajo y 7% no conoce. El respeto a los derechos humanos se aplica 48% en un nivel alto, 40% nivel medio, 10% nivel bajo y 1% no conoce. La concienciación en la protección del ambiente se aplica 55% en un nivel alto, 41% nivel medio, 3% nivel bajo y 1% no conoce. La responsabilidad social y servicio a la comunidad se aplica 47% en un nivel alto, 44% nivel medio, 5% nivel bajo y 4% no conoce. El reconocimiento a la igualdad de oportunidades se aplica 36% en un nivel alto, 48% nivel medio, 7% nivel bajo y 9% no conoce.

**Análisis cualitativo:** Los valores que practica la institución son altamente reconocidos por los encuestados, alcanzando en su mayoría un porcentaje positivo, que permite asumir satisfacción por parte de los encuestados. Los aspectos que merecen mayor atención de acuerdo al porcentaje obtenido son la equidad y el reconocimiento a la igualdad de oportunidades. En comparación a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a estudiantes se evidencia mayor

complacencia entre profesores y personal administrativo respecto a la aplicación de valores.

★ **Pregunta N° 3**



<b>¿Cree usted que la Universidad Tecnológica Equinocciale se ha preocupado por su desarrollo cultural?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	186	62%
No	114	38%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

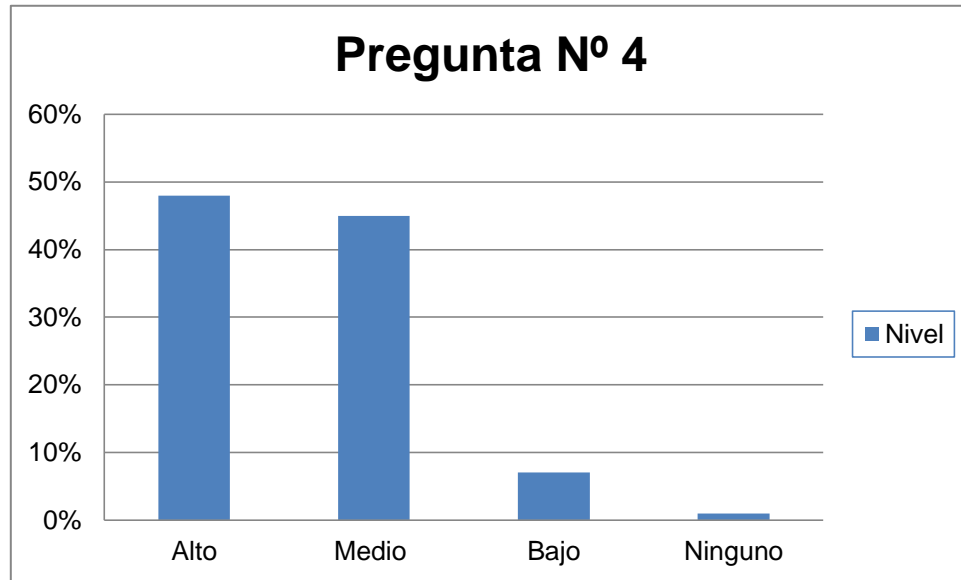
**Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 62% de encuestados señalan que la Universidad Tecnológica Equinocciale sí se ha preocupado por su desarrollo cultural, mientras que el 38% indica que no se ha preocupado.

**Análisis cualitativo:** Se reconoce la preocupación de la institución por el desarrollo cultural de personal administrativo y docente, sin embargo un porcentaje representativo indica lo contrario, a pesar de que los encuestados son

los protagonistas y gestores en muchos de los casos del desarrollo cultural de la universidad.

★ **Pregunta N° 4**



Indique su grado de interés por el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.		
Opciones	Respuesta	Porcentaje
Alto	143	48%
Medio	134	45%
Bajo	20	7%
Ninguno	3	1%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

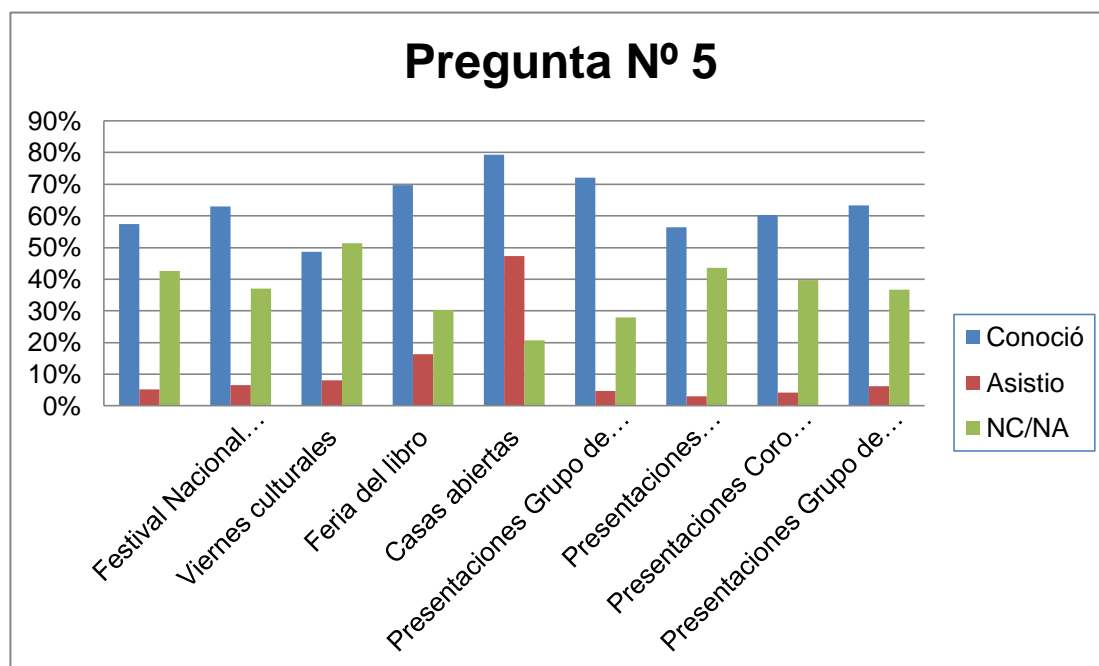
**Resultados**

**Análisis cuantitativo:** El 30% de encuestados señala un nivel de interés alto, 50% nivel de interés medio, 18% nivel de interés bajo y el 2% ningún interés por su desarrollo cultural dentro de institución.

**Análisis cualitativo:** El grado de interés por el desarrollo cultural de la institución es alto, siendo satisfactorio este resultado ya que los principales gestores y líderes de opinión son los profesores y personal administrativo de la institución, que

diariamente interactúan con los estudiantes y llegan a ser influencia para los mismos. Es necesario lograr que el nivel de interés llegue a ser alto y se considere a la cultura como un pilar fundamental en el desarrollo institucional.

★ **Pregunta N° 5**



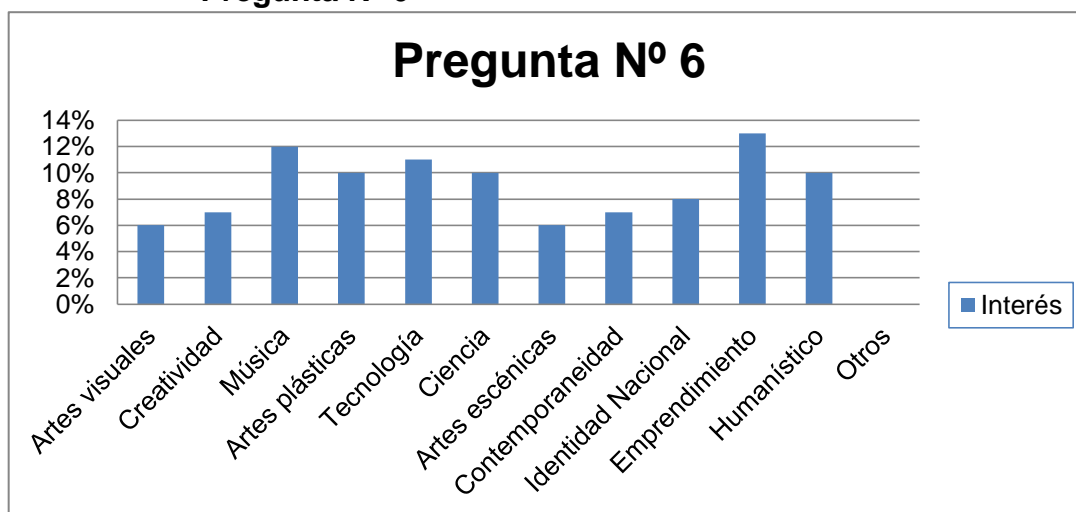
<b>Indique si conoció y/o asistió a los eventos culturales realizados por la Universidad Tecnológica Equinoccial que se detallan a continuación:</b>			
<b>Opciones</b>	<b>Conoció</b>	<b>Asistió</b>	<b>NC/NA</b>
Concurso Nacional Universitario de Pintura	57%	5%	43%
Festival Nacional Universitario de Coro Polifónico	63%	7%	37%
Viernes culturales	49%	8%	51%
Feria del libro	70%	16%	30%
Casas abiertas	79%	47%	21%
Presentaciones Grupo de Teatro de la Universidad	72%	5%	28%
Presentaciones Estudiantina de la Universidad	56%	3%	44%
Presentaciones Coro Polifónico de la Universidad	60%	4%	40%
Presentaciones Grupo de Danza cultural de Universidad	63%	6%	37%

## Resultados

**Análisis cuantitativo:** El 57% de encuestados conoció acerca de la celebración del Concurso Nacional Universitario de Pintura, el 5% asistió al evento y el 43% no conoció acerca de la realización del evento. El 63% de encuestados conoció acerca de la realización del Festival Nacional Universitario de Coro, el 7% asistió al evento, mientras que el 37% no conoció acerca de la realización del evento. El 49% de encuestados conoció acerca de los Viernes culturales, el 8% asistió y el 51% indicó no haber conocido del evento. El 70% de encuestados conoció acerca de la Feria del libro, el 16% asistió al evento, mientras que el 30% desconocía el evento. El 79% de encuestados conoció acerca de la realización de casas abiertas, el 47% asistió a las mismas y el 21% no conoció acerca de su realización. El 72% de encuestados conoció acerca de las Presentaciones del grupo de teatro de la universidad, el 5% asistió a las mismas, mientras que el 28% no conoció de las presentaciones. El 56% de encuestados conoció acerca de las Presentaciones de la estudiantina de la universidad, el 3% asistió a las mismas, mientras que el 44% no conoció de las presentaciones. El 60% de encuestados conoció acerca de las Presentaciones del coro polifónico de la universidad, el 4% asistió a las mismas, mientras que el 40% no conoció de las presentaciones. El 63% de encuestados conoció acerca de las Presentaciones del grupo de danza de la universidad, el 3% asistió a las mismas, mientras que el 37% no conoció de las presentaciones.

**Análisis cualitativo:** Los encuestados conocen en su mayoría acerca de la realización de los eventos, sin embargo el índice de asistencia es casi nulo en la mayoría de eventos. El desconocimiento de las actividades es notorio y se puede concluir que no existe interés por parte de los encuestados para asistir a los eventos señalados. La feria del libro y las casas abiertas son eventos mayormente reconocidos, pero se debe considerar que estos eventos se realizan en cada facultad y por tiempos prolongados, dentro del espacio donde se desplazan los encuestados.

★ Pregunta N° 6



**¿Qué temas considera se deben abarcar dentro del desarrollo y actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

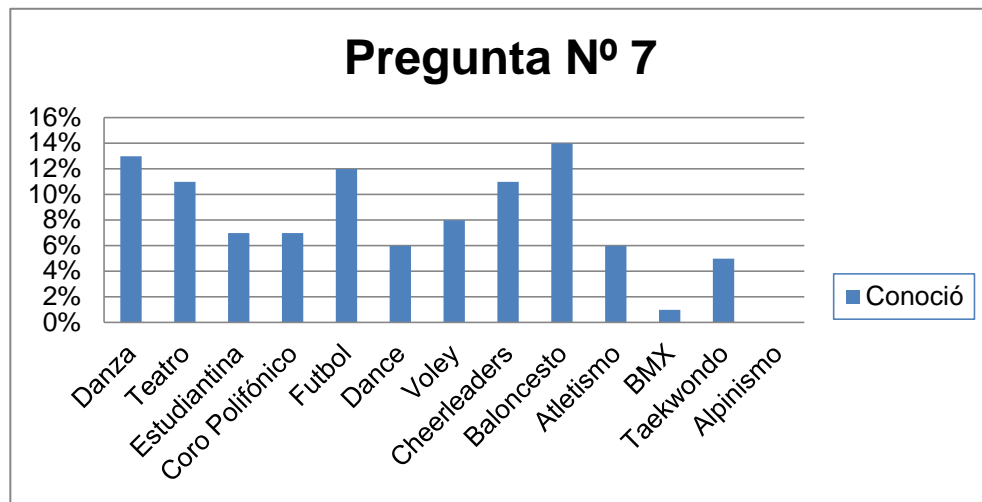
Opciones	Conoció	Asistió
Artes visuales	86	6%
Creatividad	97	7%
Música	162	12%
Artes plásticas	137	10%
Tecnología	145	11%
Ciencia	136	10%
Artes escénicas	79	6%
Contemporaneidad	88	7%
Identidad Nacional	104	8%
Emprendimiento	168	13%
Humanístico	131	10%
Otros	1	0%
<b>Total</b>	<b>1334</b>	<b>100%</b>

## Resultados

**Análisis cuantitativo:** El 6% de encuestados señala un nivel de interés por las artes visuales, 7% creatividad, 12% música, 10% artes plásticas, 11% tecnología, 10% ciencia, 6% artes escénicas, 7% contemporaneidad, 8% identidad nacional, 13% emprendimiento y 10% humanístico.

**Análisis cualitativo:** Todos los aspectos merecen reconocimiento, sin embargo el emprendimiento tiene un mayor porcentaje, este resultado se lo puede relacionar con la cátedra que consta en el pensum de toda carrera y por ende es de fácil identificación y asociación. Es importante encontrar actividades viables que integren todos estos aspectos mencionados y que el desarrollo logre ser holístico.

★ **Pregunta N° 7**



<b>¿Conoce usted de los grupos artísticos y deportivos que existen dentro de la Universidad?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Conoció</b>	<b>Asistió</b>
Danza	182	13%
Teatro	161	11%
Estudiantina	96	7%
Coro Polifónico	103	7%
Futbol	168	12%
Dance	82	6%
Voley	113	8%
Cheerleaders	159	11%
Baloncesto	210	14%
Atletismo	89	6%
BMX	16	1%
Taekwondo	69	5%
Alpinismo	4	0%
<b>Total</b>	<b>1452</b>	<b>100%</b>

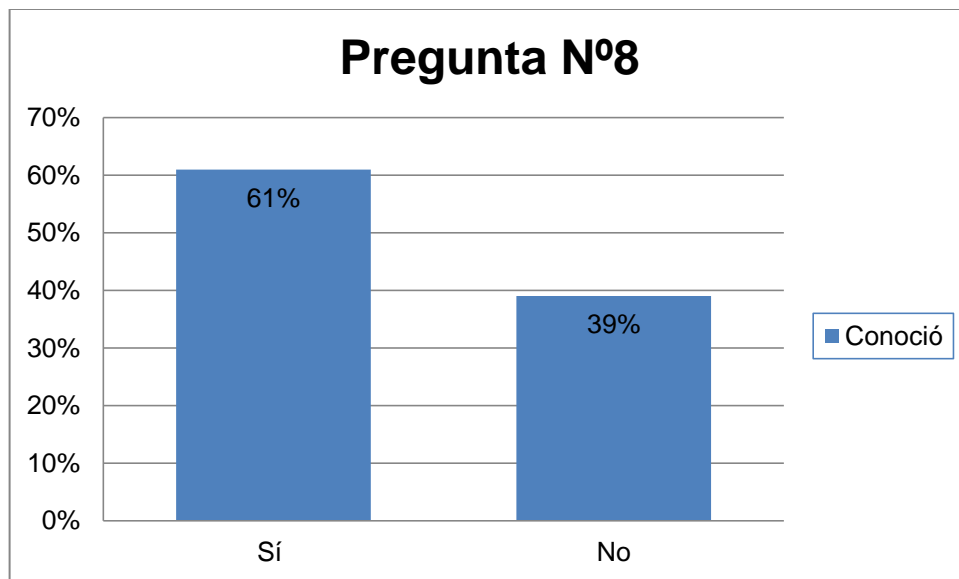


## Resultados

**Análisis cuantitativo:** El 13% de encuestados señala conocer el grupo de danza, 11% teatro, 7% estudiantina, 7% coro polifónico, 12% fútbol, 6% dance, 8% vóley, 11% cheerleaders, 14% baloncesto, 6% atletismo, 1% BMX y 5% taekwondo.

**Análisis cualitativo:** Los grupos de la institución son reconocidos medianamente, los grupos que alcanzan mayor notoriedad es debido a que sus prácticas o ensayos se realizan en espacios abiertos y de mayor afluencia de gente. Algunos grupos tienen menor reconocimiento debido a que son pequeños y en algunos casos se integran para poder cumplir con presentaciones o concursos puntuales.

### ★ Pregunta N°8



**¿Sabía usted que al formar parte de ellos recibe una beca académica por desarrollo dentro del grupo y en la institución?**

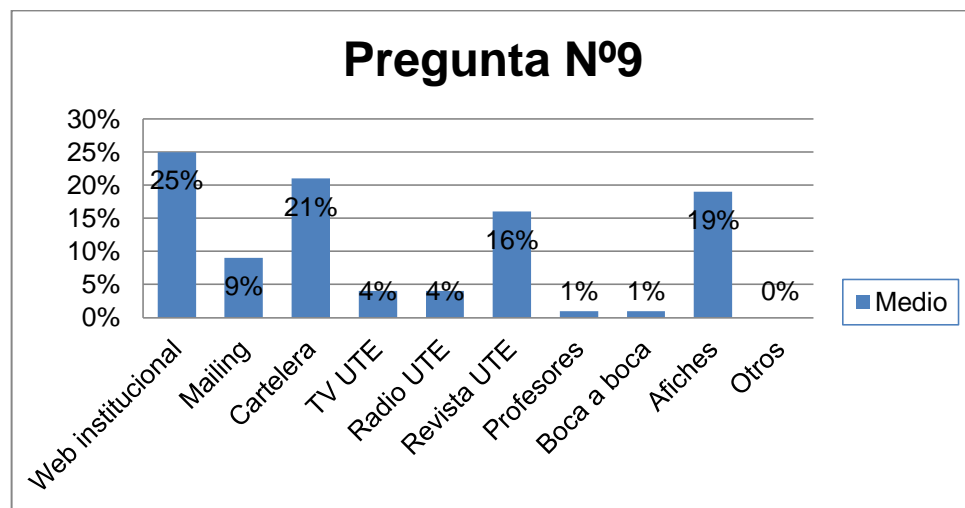
Opciones	Conoció	Porcentaje
Sí	183	61%
No	117	39%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

## Resultados

**Análisis cuantitativo:** El 61% de encuestados afirmó conocer que al formar parte de los grupos pueden ser beneficiarios de una beca, el 39% indicó no conocer acerca de dicha beca.

**Análisis cualitativo:** Los encuestados conocen acerca de la beca que se otorga a estudiantes que forman parte de los grupos, es positivo este resultado ya que los docente y personal administrativo son los voceros ideales para motivar a los estudiantes que integren los grupos. El porcentaje restante que desconoce debe ser informado con detalle de este beneficio para que pueda transmitir el mensaje.

### ★ Pregunta N° 9



¿A través de qué medios le gustaría informarse acerca de la actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?		
Opciones	Medio	Porcentaje
Web institucional	233	25%
Mailing	82	9%
Cartelera	189	21%
TV UTE	39	4%
Radio UTE	35	4%

Revista UTE	145	16%
Profesores	12	1%
Boca a boca	10	1%
Afiches	172	19%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>917</b>	<b>100%</b>

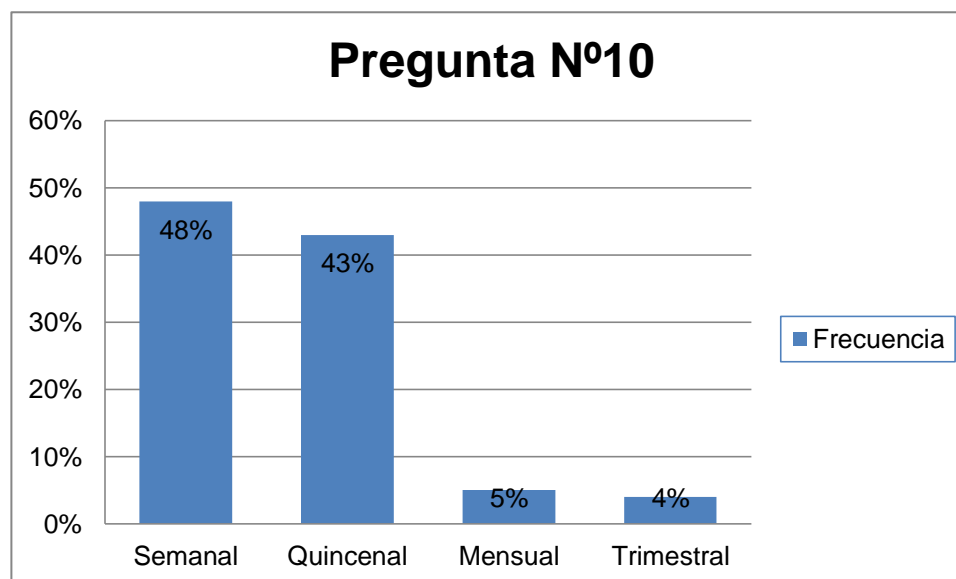
## Resultados

**Análisis cuantitativo:** El 25% de encuestados señala a la Web institucional como medio para informarse acerca de la actividad cultural de la institución, 9% mailing, 21% cartelera, 4% TV UTE, 4% Radio UTE, 16% Revista UTE, 1% profesores, 1% boca a boca y 19% afiches.

**Análisis cualitativo:** Los encuestados prefieren ser informados por medios convencionales, a los que tienen fácil acceso y con los que interactúan diariamente. La mayoría de encuestados desconocía TV y Radio UTE, sugirieron informar acerca de cómo acceder a los mismos y poder conocer su contenido.

### ★ Pregunta N°10

★



<b>¿Con qué frecuencia le gustaría informarse acerca de la actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Semanal	144	48%
Quincenal	128	43%
Mensual	16	5%
Trimestral	12	4%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

## **Resultados**

**Análisis cuantitativo:** Al 48% le gustaría recibir información acerca de la actividad cultural de la institución semanalmente, el 43% quincenal, 5% mensual y 4% trimestral.

**Análisis cualitativo:** Los encuestados demuestran interés por ser informados acerca de la actividad cultural de la institución frecuentemente, el lapso sugerido es de una semana a quince días, una mínima parte sugiere ser informado con menos frecuencia sin alcanzar un porcentaje representativo.

## ✦ **Conclusiones de la investigación cuantitativa realizada a estudiantes**

- Según la investigación realizada a la comunidad universitaria se puede concluir que el desarrollo cultural dentro de la institución es limitado, las actividades culturales que se realizan tienen una convocatoria débil y por ende la asistencia de estudiantes y profesores es casi nula, en la mayoría de los casos el aforo de las actividades es ajeno a la institución.

- Los valores de la institución son reconocidos, sin embargo, la mayoría de acciones culturales no tienen una conexión directa con los mismos, es decir no existe una planificación cultural que busque difundir los valores que maneja la universidad como parte de su filosofía corporativa.

- Con respecto al interés de los encuestados por el desarrollo cultural de la universidad se obtuvo un resultado satisfactorio, que indica un grado alto de interés, a pesar de que según los resultados de la encuesta el interés no llega a ser participativo, logrando que la comunidad universitaria sea la protagonista y beneficiaria directa del desarrollo y actividad cultural de la institución.

- Los eventos que se detallaron en la encuesta fueron mínimamente conocidos por los encuestados y correspondiente a este resultado la asistencia fue casi nula, evidenciando que los eventos de la universidad llenan su aforo con invitados externos y asistentes ajenos a la institución. Se interpreta que la convocatoria tiene falencias y no permite la recordación por la falta de seguimiento.

- Los encuestados se interesan por la mayoría de los aspectos de desarrollo cultural de la encuesta, sin embargo existe una tendencia a temas relacionados a las artes en todas sus expresiones y a los temas actuales junto con la creatividad.

- Otro de los temas tratados en la encuesta fue el reconocimiento de los grupos de la institución tanto artísticos como deportivos, los encuestados indicaron conocerlos, en su mayoría el mayor reconocimiento fue a grupos deportivos. La participación en los mismos es mínima, a pesar de esto las personas que han tenido la oportunidad de formar parte de los grupos los valoran satisfactoriamente.

- Es importante señalar que dentro de las causas señaladas para no formar parte de los grupos es la falta de tiempo alcanzando mayor porcentaje, descartando que la falta de interés y el desconocimiento fueran las principales razón.

- Los medios informativos señalados por los encuestados son aquellos que están presentes en su rutina diaria y son de fácil acceso, despertó curiosidad TV y radio UTE, ya que la mayoría de encuestados no conocían su existencia e indicaron que les agradaría ser informados por estos medios y saber cómo acceder al contenido de los mismos.

## ✧ Conclusiones de la investigación cualitativa

- Con respecto a las entrevistas realizadas se obtuvieron opiniones y respuestas distintas y en la mayoría de los casos opuestas. La entrevista fue realizada a 3 personas quienes conocen y son componentes claves para el desarrollo cultural de la universidad.
- En la entrevista realizada al Economista Carlos Jaramillo se evidenció que no existe una estructura que permita un soporte completo a la gestión cultural, debido a que la comisión de cultura está conformada por una sola persona, quien maneja a los directores de los grupos culturales y gestiona los presupuestos y eventos culturales, es importante recalcar que dentro de una institución de educación superior es necesario que esta área sea manejada por profesionales del área permitiendo que la planificación tenga una visión global.
- Se presentó un proyecto para la creación del Departamento de Cultura el cual fue aprobado por el rector, sin embargo solo quedó en papeles ya que hasta la fecha no se realiza la implementación del mismo.
- La comisión de cultura no trabaja en conjunto con las facultades y demás departamentos de la institución, es decir, las actividades realizadas por las facultades son independientes y su difusión se maneja únicamente dentro de sus instalaciones. Dentro del organigrama de la universidad la dirección administrativa – financiera es el inmediato superior de la comisión de cultura.
- La comisión de cultura no es ambiciosa en su proyección, los proyectos que forman parte de su planificación en su mayoría son los que se vienen realizando

desde años atrás, sumándole la planificación individual de cada grupo para cada año; se debe recalcar que la cultura también es objeto de investigación y como falencia reconocida por el CONEA se debe trabajar en ella, dejando de lado la idea de que la investigación es solo para temas de ciencias.

- En su mayoría las funciones de la comisión de cultura son de carácter administrativo, la gestión que se realiza no es netamente la de un gestor cultural que sería lo ideal. El poco interés de la comunidad universitaria respecto al tema cultural es reconocido.

- En representación del departamento de relaciones públicas se entrevistó a la Lic. Cecilia Céspedes quién nos indicó que el departamento de Relaciones Públicas no trabaja en conjunto con la comisión de cultura y las pocas veces que lo hace es para la difusión de eventos por medio de dos herramientas de comunicación el intranet y las carteleras, a pesar de que este departamento maneja varias herramientas que permitirían una mejor difusión.

- Existe desconocimiento en el departamento de la gestión que realiza la comisión de cultura, no se conoce que grupos se maneja y los logros culturales alcanzados se los adjudica a la marca UTE, más se reconoce el trabajo de la comisión.

- La tercera entrevista fue realizada al Msc. Hernan Pernet, quien nos dio una visión diferente de cómo la universidad lleva el tema cultural. Se resaltó la importancia de la cultura como esencia del espíritu universitario, como principal aspecto para darse a conocer y merecer reconocimiento. En cuanto a su criterio respecto al desarrollo cultural de la universidad destacó que deja mucho que desear, no identifica una planificación visionaria que tenga bases en una



estructura sólida. El equipo destinado al desarrollo cultural no es suficiente, da lugar a la improvisación causando el desperdicio del presupuesto destinado.

- Dentro de la universidad no existe un compromiso con el hecho cultural, las pocas actividades que se realizan en su mayoría son para cubrir intereses que no son de interés colectivo.

- La Universidad frente al resto de universidades del país no sobresale en el desarrollo cultural, debido a su gestión que por el momento no cubre los requerimientos básicos para una institución de su magnitud que alberga un alto número de estudiantes.

## CAPÍTULO IV

### 4. PROPUESTA: Diseño de un plan de Comunicación Interna y Relaciones Públicas para el fortalecimiento de la gestión cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial

#### 4.1. Determinación de los problemas de comunicación

- ✧ La comisión de cultura no trabaja en conjunto con el departamento de Relaciones Públicas.
- ✧ La mayoría de actividades que se realizan dentro de las facultades no son del conocimiento de la comisión de cultura ya que no existe ninguna conexión que permita un trabajo en equipo.
- ✧ Las herramientas de comunicación que utiliza la comisión de cultura no son suficientes para la difusión de su gestión.
- ✧ Los profesores no son apoyo para la difusión cultural de la universidad, debido a que no tienen una capacitación previa.
- ✧ Los estudiantes desconocen que existe una comisión de cultura encargada del desarrollo cultural de la universidad.
- ✧ La comunidad universitaria desconoce los eventos culturales realizados por la comisión de cultura de la universidad.
- ✧ Existe inconformidad en los estudiantes, especialmente de medicina, por no sentirse integrados en las actividades culturales.
- ✧ La gestión cultural tiene un débil desarrollo que no permite tener resultados notorios y satisfactorios a nivel externo e interno.
- ✧ La participación en los grupos culturales es casi nula; por lo tanto, la actividad realizada por los mismos no es constante y en muchos de los casos la falta de integrantes da lugar a la deserción de proyectos.
- ✧ La Universidad Tecnológica Equinoccial no toma a la cultura como uno de los pilares fundamentales de su desarrollo.

4.2. FODA

<b>Análisis FODA</b>	
<b>Análisis del entorno (OA)</b>	<b>Análisis organizacional (FD)</b>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ La actividad cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial es por sí sola implicativa y participativa.</li> <li>✦ Se presentó un proyecto para convertir a la comisión de cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial en un departamento estructurado el cual fue aprobado.</li> <li>✦ Dentro de la planificación de la Universidad Tecnológica Equinoccial se pretende construir nueva infraestructura destinada estrictamente para actividades culturales.</li> <li>✦ Estudiantes interesados en el tema cultural que pueden realizar pasantías referentes al tema</li> </ul>	<p><b>Fortaleza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ El núcleo ideológico de la universidad propicia el desarrollo integral del estudiante.</li> <li>✦ Grupos deportivos y culturales sólidamente consolidados dentro de la institución.</li> <li>✦ Espacios destinados para el desarrollo cultural.</li> <li>✦ Comunidad universitaria interesada por el desarrollo cultural de la institución.</li> <li>✦ Sólido posicionamiento de la Universidad, que apadrina el desarrollo cultura de la institución.</li> <li>✦ Variedad de herramientas de comunicación.</li> </ul>

cultural.

- ✦ Existe una variedad de actividades culturales que se realizan dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial, que pueden ser integradas en la planificación de la comisión de cultura.
- ✦ Gran parte del personal docente de la universidad Tecnológica Equinoccial forma parte de las iniciativas culturales de la universidad.
- ✦ Profesionales capacitados en gestión cultural que pueden formar parte de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- ✦ Posibles convenios estratégicos que permitan el desarrollo cultural de la universidad y capacitación a los grupos culturales de la universidad.

### **Amenazas**

- ✦ Universidades con menor trayectoria tienen un desarrollo cultural más notable y una organización estructurada.
- ✦ Nuevas evaluaciones de entidades gubernamentales interesadas en el pleno desarrollo cultural de las instituciones educativas.
- ✦ Percepción negativa del desarrollo cultural de la universidad por parte de profesionales relacionados con el ámbito cultural.
- ✦ Falta de información proporcionada a la comunidad universitaria acerca de las actividades de la comisión de cultura.
- ✦ El presupuesto destinado a la comisión de cultura no permite financiar nuevos proyectos.

### **Debilidades**

- ✦ Bajo presupuesto para gestión cultural
- ✦ La estructura de la comisión de cultura es poco sólida.
- ✦ No existe planificación a largo plazo en el ámbito cultural.
- ✦ La comisión de cultura no trabaja en conjunto con el departamento de Relaciones Públicas.
- ✦ La comisión de cultura es desconocida por los estudiantes.
- ✦ La mayoría de actividades culturales realizadas por facultades y demás institutos no tienen conexión con la comisión de cultura.

#### **4.3. Plan de Comunicación Interna y Relaciones Públicas para el fortalecimiento de la gestión cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial**

##### **✦ Objetivo general**

Consolidar la imagen cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial Matriz Quito en el 60% del público interno, en el lapso de un año.

##### **✦ Objetivos específicos**

1. Implementar el proyecto de Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial Matriz Quito en el lapso de 3 meses.
2. Socializar las actividades del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial Matriz Quito en el 75% de sus públicos internos, en el lapso de 5 meses.
3. Vincular de manera efectiva al 40% del público interno la Universidad Tecnológica Equinoccial Quito en las actividades que realice el Departamento de Cultura en el lapso de 4 meses.

✦ **Público objetivo**

<b>PÚBLICO INTERNO</b>		<b>PERFIL</b>
<b>Público Directo</b>	Docentes	Son profesionales con actitud y aptitud para la enseñanza, transmiten conocimientos actualizados de su disciplina a los estudiantes, facilitando el aprendizaje y la motivación. Son el vínculo directo entre la institución y el estudiante. En general gente culta, cuyo rango de edad es de 30 hasta 60 años, de nivel socioeconómico medio–alto, con acceso a las herramientas de comunicación tecnológicas e interactivas, que conocen de temas referentes al desarrollo cultural.
	Personal administrativo	Son empleados que poseen conocimientos actualizados para la función que desempeñan, la mayoría son profesionales y su rango de edad es de 25 a 60 años. Tienen un horario de oficina y conocen acerca de la identidad corporativa de la universidad.
	Estudiantes	<p>Este público está compuesto por los estudiantes, futuros profesionales beneficiarios directos de los servicios que ofrece la universidad, sus intereses son diversos, de características multiculturales y multiétnicos. En su mayoría son jóvenes de un rango de edad de 18 a 35 años, desempeñan sus labores estudiantiles en horarios matutinos y vespertinos, un porcentaje representante de estudiantes trabaja para solventar sus estudios. Los estudiantes forman parte de las facultades de la universidad y sus respectivas carreras:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Facultad de Arquitectura, Artes y Diseño</li> <li>✦ Facultad de Ciencias Económicas y Negocios</li> <li>✦ Facultad de Ciencias de la Ingeniería</li> <li>✦ Facultad de Ciencias de la Salud Eugenio Espejo</li> <li>✦ Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación</li> <li>✦ Facultad de Turismo, Hotelería y Gastronomía</li> </ul>

✦ Descripción de las estrategias y tácticas de comunicación

OBJETIVOS	PÚBLICOS	ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACTIVIDADES
<p><b>O1.</b> Implementar el proyecto de Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial Quito en el lapso de 3 meses.</p>	<p>- Docentes - Personal Administrativo</p>	<p><b>E1.1.</b> Solventar estructuralmente el proyecto del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial.</p>	<p><b>T1.1.1.</b> Contrapropuesta del proyecto: Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial</p>	<p><b>A1.1.1.1.</b> Replantear contenido y ampliación de territorio de acción conforme las exigencias actuales para el sector educativo.</p> <p><b>A1.1.1.2.</b> Redactar el proyecto de Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial en base al contenido ya aprobado y nuevos contenidos. <b>(Anexo 9)</b></p> <p><b>A1.1.1.3.</b> Presentar contrapropuesta del proyecto ante las autoridades para su aprobación.</p>
			<p><b>T1.1.2.</b> Conformación del Consejo de Gestión Cultural del Departamento de cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial</p>	<p><b>A1.1.2.1.</b> Convocar al Rector Msc. José Julio Cevallos, Vicerrectora General Académico Ing. Lourdes Armendáriz, Canciller Dr. Álvaro Trueba Barahona, Directora de Relaciones Públicas Lcda. Cecilia Céspedes Pardo, Director del Departamento del Docente Eco. Carlos Jaramillo</p>



			<p>Porras, Presidenta de la FEDEUTE Andrea Pesantez y al Secretario General Dr. Vicente Arcos Zapata.</p> <p><b>A1.1.2.2.</b> Desarrollar los principios para la creación del Estatuto del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial. <b>(Anexo 10)</b></p> <p><b>A1.1.2.3.</b> Convenir la contratación de un profesional en Gestión Cultural para el departamento.</p> <p><b>A1.1.2.4.</b> Proponer cronograma tentativo de temas a tratar a lo largo del año por el Departamento de Cultura.</p>
			<p><b>T1.1.3.</b> Núcleo ideológico del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial</p>
		<p><b>E1.2.</b> Consolidar</p>	<p><b>T1.2.1.</b> Asignación de</p>
<p><b>A1.1.3.1.</b> Reunión con el Consejo de Gestión Cultural y Profesional en Gestión Cultural contratado para conocer los principios y lineamientos para la creación del núcleo ideológico y estatuto.</p> <p><b>A1.1.3.2.</b> Proponer la misión y visión para el Departamento de Cultura. <b>(Anexo 11)</b></p>			

		<p>el área de acción del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial.</p>	<p>espacio y equipos para el Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial</p>	<p><b>A1.2.1.1.</b> Realizar un listado de recursos necesarios para la implementación del Departamento de Cultura.</p> <p><b>A1.2.1.2.</b> Reunión con responsables de asignación de espacios y equipos para solicitar los recursos necesarios.</p>
			<p><b>T1.2.2.</b> Equipamiento de recursos necesarios para el desarrollo de grupos culturales de la Universidad Tecnológica Equinoccial.</p>	<p><b>A1.2.2.1.</b> Reunión con cada grupo cultural de la Universidad para conocer sus necesidades de infraestructura y equipamiento.</p> <p><b>A1.2.2.2.</b> Analizar y priorizar las necesidades de cada grupo.</p> <p><b>A1.2.2.3.</b> Gestionar los recursos necesarios para cubrir las necesidades urgentes de cada grupo.</p>
			<p><b>T1.2.3.</b> Creación de nuevos grupos culturales.</p>	<p><b>A1.2.3.1.</b> Gestionar con el coordinador académico y demás autoridades la transición de las materias optativas ajedrez, cine fórum y fotografía hacia grupos culturales.</p> <p><b>A1.2.3.2.</b> Elaboración de un Syllabus para cada grupo. <b>(Anexo</b></p>

				<p><b>12)</b></p> <p><b>A1.2.3.3.</b> Asignación de instructor, espacio e infraestructura para cada grupo.</p> <p><b>A1.2.3.4.</b> Convocatoria para conformación de cada grupo por medio de afiches y visitas a cada aula(<b>ANEXO 13</b>)</p>
			<p><b>T1.2.4.</b> Implementación de un área de lectura.</p>	<p><b>A1.2.4.1.</b> Gestionar un espacio en la biblioteca de la Universidad Tecnológica Equinoccial Matriz y Campus Occidental para la creación de un área de lectura.</p> <p><b>A1.2.4.2.</b> Solicitar la adquisición de material bibliográfico para el área de lectura.</p> <p><b>A1.2.4.3.</b> Adecuar el área de lectura con señalización y estilo tipo lounge (Sillones individuales y para tres personas, mesa de centro y revisteros) para comodidad y agrado de la comunidad universitaria.</p> <p><b>A1.2.4.4.</b> Coordinar la entrega y ubicación de prensa escrita para ubicarla en el área y que sea de libre acceso para la comunidad</p>

				<p>universitaria.</p> <p><b>A1.2.4.5.</b> Tramitar con el DMQ la entrega de agendas y material cultural gratuito de los siguientes centros: Quito Turismo, Fundación Teatro Sucre, SIMMYC, Ministerio de Cultura y demás centros culturales de la ciudad.</p> <p><b>A1.2.4.6.</b> Colocación de habladores con información de eventos culturales internos y externos.</p>
			<p><b>T1.2.5.</b> Validación de los convenios del Departamento de Vinculación con la Colectividad con el fin de conseguir beneficios culturales.</p>	<p><b>A1.2.5.1.</b> Reunión con el Departamento de Vinculación con la colectividad para conocer que convenios con otras instituciones tiene y cuales son óptimos para obtener beneficios culturales.</p> <p><b>A1.2.5.2.</b> Contactarse con las instituciones que tienen convenios y son afines al interés cultural para proponer beneficios mutuos.</p> <p><b>A1.2.5.3.</b> Planificar el uso y difusión de los beneficios obtenidos en los convenios a beneficios del desarrollo cultural de la comunidad universitaria.</p>
			<b>T1.2.6.</b> Alianzas	

			estratégicas con Centros Culturales e instituciones interesadas en la gestión cultural.	<p><b>A1.2.6.1.</b> Elaborar un listado de centros culturales e instituciones afines al desarrollo cultural.</p> <p><b>A1.2.6.2.</b> Enviar carta de presentación e informativa acerca de la alianza estratégica que se busca.</p> <p><b>A1.2.6.3.</b> Pactar reuniones con las organizaciones interesadas para negociar beneficios mutuos.</p>
<p><b>O2.</b> Socializar las actividades del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial Quito en el 75% de sus públicos internos, en el lapso de 5 meses.</p>	<p>- Docentes - Personal Administrativo</p>	<p><b>E.2.1.</b> Generar interés en la comunidad universitaria para dar a conocer el Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial.</p>	<p><b>T.2.1.1.</b> Gestionar Concurso “Demos vida a nuestra cultura”</p>	<p><b>A.2.1.1.1.</b> Elaborar bases del concurso y cronograma con el Consejo de Gestión Cultural y Autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.</p> <p><b>A.2.1.1.2.</b> Gestionar premios y beneficios para ganadores y concursantes destacados que participaron en el concurso.</p> <p><b>A.2.1.1.3.</b> Convocatoria a estudiantes de la Carrera Diseño Gráfico Publicitario para diseñar la nueva imagen del Departamento de cultura y los grupos que maneja. <b>(ANEXO 14)</b></p> <p><b>A.2.1.1.4.</b> Elección de finalistas quienes recibirán tutorías para la</p>

				<p>entrega de sus artes finales.</p> <p><b>A.2.1.1.5.</b> Elección de la mejor propuesta.</p>
			<p><b>T.2.1.2.</b> Campaña de expectativa para la presentación de la nueva imagen del Departamento de Cultura.</p>	<p><b>A.2.1.2.1.</b> Elaboración rompecabezas con la nueva imagen del Departamento de Cultura, que servirá como pieza de expectativa para los estudiantes.</p> <p><b>A.2.1.2.2.</b> Solicitar al grupo de Teatro de la Universidad su apoyo en la actividad por medio de un performance que guie la atención de la comunidad universitaria al descubrimiento del rompecabezas.</p>
			<p><b>T.2.1.3.</b> Lanzamiento de la nueva imagen del Departamento de Cultura.</p>	<p><b>A.2.1.3.1.</b> Reunión con el Consejo de Gestión Cultural y autoridades Universitarias pertinentes para la organización del evento de lanzamiento de la nueva imagen del Departamento de Cultura,</p> <p><b>A.2.1.3.2.</b> Coordinar presentaciones de los grupos culturales de la Universidad.</p> <p><b>A.2.1.3.3.</b> Utilizar paneles para exposición fotográfica de la historia de cada uno de los grupos y sus logros.</p>

				<p><b>A.2.1.3.4.</b>Confección de pulseras con la nueva imagen del Departamento de Cultura.</p> <p><b>A.2.1.3.5.</b>Gestionar el apoyo del DMQ para la presencia de una carpa que distribuya gratuitamente agua.</p> <p><b>A.2.1.3.6.</b>Elaboración de material promocional: afiches, volantes, mailing, roll up.</p> <p><b>A.2.1.3.7.</b>Convocatoria a la comunidad universitaria para el lanzamiento de la nueva imagen del Departamento de Cultura.</p> <p><b>A.2.1.3.8.</b>Convocatoria a el programa EXPRESARTE para la cobertura del evento y la reseña de la proyección del departamento de cultura UTE.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Docentes</li> <li>- Personal Administrativo</li> <li>- Estudiantes</li> </ul>	<p><b>E.2.2.</b>Optimizar las herramientas comunicacionales que maneja el Departamento de Cultura.</p>	<p><b>T.2.2.1.</b> Diagramación apropiada de las carteleras con información de interés cultural.</p>	<p><b>A.2.2.1.1.</b> Solicitar a las autoridades de cada facultad la asignación de una cartelera destinada al Departamento de Cultura.</p> <p><b>A.2.2.1.2.</b> Establecer una estructura para ubicar la información en las carteleras destinadas al</p>

			<p>Departamento de Cultura.</p> <p><b>A.2.2.1.3.</b> Desarrollar un collage periódicamente referente a las actividades realizadas por los grupos culturales.</p> <p><b>A.2.2.1.4.</b> Convenir la entrega de material impreso de eventos culturales externos para exhibirlos en la cartelera.</p>
		<p><b>T.2.2.2.</b> Empleo de direcciones electrónicas personales de la comunidad universitaria como herramienta de difusión.</p>	<p><b>A.2.2.2.1.</b> Pedir al Departamento de Relaciones Públicas se envíe invitaciones a eventos o actividades culturales que realiza la Universidad vía mailing usando base de datos de la plataforma y de direcciones personales de la comunidad universitaria.</p>
		<p><b>T.2.2.3.</b> Diseño de papelería para el Departamento de Cultura.</p>	<p><b>A.2.2.3.1.</b> Diseño de papelería tarjetas de presentación y proformas. <b>(ANEXO 15)</b></p>
		<p><b>E.2.3.</b> Gestionar la inclusión del Departamento de Cultura en las herramientas comunicacionales que maneja la</p>	<p><b>T.2.3.1.</b> Implementación de un espacio cultural dentro de la programación de TV UTE y Radio UTE.</p> <p><b>A.2.3.1.1.</b> Gestionar con la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación la utilización de espacios dentro de TV UTE y Radio UTE.</p>



		<p>Universidad Tecnológica Equinoccial.</p>		<p><b>A.2.3.1.2.</b> Estructurar el contenido del programa conforme el cronograma tentativo de temas a tratar a lo largo del año por el Departamento de Cultura.</p> <p><b>A.2.3.1.3.</b> Realizar un casting de estudiantes voluntarios de la Carrera Periodismo para la selección de locutores y presentadores para los programas, los mismos que serán reconocidos con horas de práctica.</p> <p><b>A.2.3.1.3.</b> Recopilar información acerca de la actividad cultural de la Universidad para editarla y usar como contenido dentro de los programas.</p>
			<p><b>T.2.3.2.</b> Introducción de una sección cultural dentro de la Revista Campus de la Universidad Tecnológica Equinoccial.</p>	<p><b>A.2.3.2.1.</b> Solicitar al equipo de redacción encargado de la Revista Campus se conceda una sección destinada a las actividades y gestión cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.</p> <p><b>A.2.3.2.2.</b> Recolectar información y material fotográfico para diagramar la sección.</p>

			<p><b>T.2.3.3.</b> Programación de un link dentro de la página web de la UTE que direcciona hacia información del Departamento de Cultura.</p>	<p><b>A.2.3.3.1.</b> Gestionar con el IDIC la inserción de un link exclusivo para el Departamento de Cultura dentro de la página web de la Universidad Tecnológica Equinoccial.</p> <p><b>A.2.3.3.2.</b> Implementar banners de red con información de eventos a realizar dentro de la página web de la Universidad Tecnológica Equinoccial.</p> <p><b>A.2.3.3.3.</b> Trabajar el posicionamiento SEO y SEM de la web UTE para que sea relacionada con búsquedas referentes a cultura.</p>
			<p><b>T.2.3.4.</b> Publicación de contenidos generados por el Departamento de Cultura en redes sociales como Facebook y Twitter.</p>	<p><b>A.2.3.4.1.</b> Diseñar actividades y cronograma de posteos en redes sociales en conjunto con el Community Manager de la Universidad Tecnológica Equinoccial.</p> <p><b>A.2.3.4.2.</b> Redactar mensajes comunicacionales para postearlos dentro de las redes sociales.</p>
			<p><b>T.2.3.5.</b> Vinculación entre el departamento de RRPP y el de Cultura para la difusión</p>	<p><b>A.2.3.5.1.</b> Reuniones con el Departamento de Relaciones Públicas para planificar la difusión</p>

			de actividades realizadas y a realizar.	de las actividades realizadas y a realizar por medios de comunicación internos y externos.  <b>A.2.3.5.2.</b> Coordinar la cobertura de eventos y actividades culturales.
<b>O3.</b> Vincular de manera efectiva al 40% del público interno la Universidad Tecnológica Equinoccial Quito en las actividades que realiza el Departamento de Cultura en el lapso de 4 meses.	- Docentes - Personal Administrativo - Estudiantes	<b>E.3.1.</b> Generar acciones que promuevan la participación activa de la comunidad universitaria.	<b>T.3.1.1.</b> Inducción a la comunidad universitaria acerca de la función del Departamento de Cultura, sus grupos y beneficios.	<b>A.3.1.1.1.</b> Reunión con el Consejo de Gestión Cultural para organización de eventos, temas a tratar y cronograma.  <b>A.3.1.1.2.</b> Gestionar la utilización del Coliseo Matriz para la realización de las inducciones a la comunidad universitaria.  <b>A.3.1.1.3.</b> Convocatoria a comunidad universitaria por medio de las herramientas de comunicación.
			<b>T.3.1.2.</b> Actividades BTL con los grupos culturales y deportivos para convocar nuevos integrantes	<b>A.3.1.2.1.</b> Coordinar performance que evidencien las actividades y el trabajo realizado por cada grupo cultural y deportivo.  <b>A.3.1.2.2.</b> Asignar lugar y fechas para la puesta en escena de cada performance invitando a los estudiantes a participar en los grupos.

			<p><b>T.3.1.3.</b> Testimoniales de integrantes de los grupos culturales y deportivos que han sido beneficiarios de una beca.</p>	<p><b>A.3.1.3.1.</b> Gestionar con la Facultad de CCSS la realización de los testimoniales.</p> <p><b>A.3.1.3.2.</b> Contactar a estudiantes beneficiarios de becas para que compartan su experiencia al formar parte de los grupos y poder acceder a los beneficios.</p> <p><b>A.3.1.3.3.</b> Presentación de testimoniales en circuito cerrado, TV UTE y Radio UTE.</p>
		<p><b>E.3.2.</b> Desarrollar actividades específicas que aborde el temario elaborado en conjunto con el Consejo de Gestión cultural</p>	<p><b>T.3.2.1.</b> Mes UTE Multicultural</p>	<p><b>A.3.2.1.1.</b> Gestionar con la Facultad de CCSS la investigación de la historia de las principales culturas del Ecuador para ser redactadas por estudiantes de periodismo.</p> <p><b>A.3.2.1.2.</b> Recolectar fotografías relevantes del rol que han cumplido las diferentes culturas ecuatorianas.</p> <p><b>A.3.2.1.2.</b> Gestionar la colocación de afiches y vibrines referentes a las culturas ecuatorianas y su historia.</p> <p><b>A.3.2.1.2.</b> Incluir dentro de la programación de TV UTE y Radio</p>

				UTE sets informativos referente al mes UTE Multicultural. El mes será relacionado con el valor equidad.
			<b>T.3.2.2.</b> Mes UTE Musical	<p><b>A.3.2.2.1.</b> Diseño de afiches informativos de los géneros musicales propios del Ecuador.</p> <p><b>A.3.2.2.2.</b> Gestionar sets musicales en Radio UTE de música ecuatoriana y sus mejores representantes. Se invitará a los estudiantes que sean artistas musicales para que puedan presentar su material musical y poder difundir su trabajo. Al mes se lo asociará con el valor de la libertad.</p>
			<b>T.3.2.3.</b> Mes UTE Emprendedora	<p><b>A.3.2.3.1.</b> Gestionar la organización de una feria para estudiantes que tengan negocios emprendedores de productos o servicios, permitiendo que puedan ofertarlos en stands. El espacio requerido es en el patio de la Virgen del campus matriz UTE</p> <p><b>A.3.2.3.2.</b> Convocatoria para estudiantes a formar parte de la feria emprendedora por medio de afiches y visitas informativas. Al mes se lo asociará con el valor de reconocimiento a la igualdad de</p>

				<p>condiciones.</p> <p><b>A.3.2.3.3.</b>Elaboración nuevos stands de aluminio que servirá para futuros eventos y actividades.</p> <p><b>A.3.2.3.4.</b> Montaje de feria emprendedora, asignación de espacio, la decoración es iniciativa del participante.</p> <p><b>A.3.2.3.5.</b> Se trabajarán colgantes en forma de tags en los que se incluirán tips para ser un buen emprendedor.</p> <p><b>A.3.2.3.6.</b> Se extenderá la invitación a representantes de instituciones con las que la UTE posee alianzas permitiendo que puedan analizar las iniciativas de estudiantes y poder apoyarlas.</p> <p><b>A.3.2.3.7.</b> Se solicitará al área de RRPP la cobertura del evento y la invitación a medios de comunicación para generar publicity.</p>
			<p><b>T.3.2.4.</b> Mes UTE lectura</p>	<p><b>A.3.2.4.1.</b> Entrega de separadores de hojas con frases que inviten a la lectura. Al mes se lo asociará con la dedicación académica.</p>

				<p><b>A.3.2.4.2.</b> Gestionar la visita de Raúl Pérez Torres para efectuar un conversatorio acerca de los beneficios de la lectura.</p>
			<p><b>T.3.2.5.</b> Mes UTE contemporánea</p>	<p><b>A.3.2.5.1.</b> Implementar una pizarra tipo comic donde los estudiantes puede crear su propia historia cambiando el texto de los cuadros de textos y los gestos de los personajes.</p> <p><b>A.3.2.5.2.</b> Gestionar la ubicación de cajas para fomentar el reciclaje de baterías y papel.</p> <p><b>A.3.2.5.3.</b> Gestionar un descuento para los miembros de la comunidad universitaria al momento de fotocopiar llevando hojas recicladas.</p> <p><b>A.3.2.5.4.</b> Incluir contenido dentro de Radio y TV UTE acerca de las nuevas artes.</p> <p><b>A.3.2.5.5.</b> Promover las iniciativas verdes de la UTE por medio de Radio y TV UTE. Al mes se lo asociará con la concienciación en la protección del medio ambiente.</p>
			<p><b>T.3.2.6.</b> Mes UTE</p>	

			<p>Cinematográfica.</p>	<p><b>A.3.2.6.1.</b> Coordinar la selección de películas ecuatorianas para ser proyectadas en la semana de Cine Ecuatoriano UTE.</p> <p><b>A.3.2.6.2.</b> Gestionar el uso del Auditorio Álvaro Trueba para la proyección de las películas.</p> <p><b>A.3.2.6.3.</b> Incluir dentro de Radio y TV UTE espacios donde se comente y se den reseñas de producciones cinematográficas ecuatorianas. Al mes se lo asociará con la transparencia.</p>
			<p><b>T.3.2.7.</b> Mes UTE escribe</p>	<p><b>A.3.2.7.1.</b> Colocación de tags con reglas de ortografía y principios de redacción en espacios cercanos a la comunidad universitaria.</p> <p><b>A.3.2.7.2.</b> Gestionar la presencia de escritores y redactores ecuatorianos en Radio y TV UTE para realizar entrevistas referente a técnicas de redacción</p>



▲ Cronograma.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
	Responsable	Meses				Mes 1				Mes 2				Mes 3				
		Semanas				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
		Act.																
<b>Objetivo 1 Implementar el proyecto de Departamento de Cultura</b>	Profesional Relaciones Públicas.	Act.	Replantear contenido y ampliación de territorio de acción conforme las exigencias actuales para el sector educativo.			X												
			Redactar el proyecto Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial en base al contenido ya aprobado y nuevos contenidos.			X	X											
			Presentar contrapropuesta del proyecto ante las autoridades para su aprobación.				X											
		Tac.1.1.1	<b>Contrapropuesta del proyecto: Departamento de Cultura de la UTE</b>			X	X											
	Profesional Relaciones Públicas. Comisión de Cultura Consejo de Gestión Cultural	Act.	Convocar al Rector Dr. Álvaro Trueba Barahona, al Vicerrector General Académico Ing. José Julio Cevallos, al Canciller Lcdo. Juan Cruz Albornoz, a la Directora (E) de Relaciones Públicas Lcda. Cecilia Céspedes Pardo, al Director del Departamento del Docente Eco. Carlos Jaramillo Porras, a la Presidenta de la FEDEUTE Andrea Pesantez y al Secretario General Dr. Vicente Arcos.				X											
			Desarrollar los principios para la creación del Estatuto del Departamento de Cultura de la UTE				X	X										
			Convenir la contratación de un profesional en Gestión Cultural para el departamento.				X											
		Proponer cronograma tentativo de temas a tratar a lo largo del año por el Departamento de Cultura.				X	X											
		Tac.1.1.2	<b>Conformación del Consejo de Gestión Cultural del Departamento de cultura de la UTE</b>				X	X										
		Profesional Relaciones Públicas. Consejo de Gestión Cultural	Act.	Reunión con el Consejo de Gestión Cultural y Profesional en Gestión Cultural contratado para conocer los principios y lineamientos para la creación del núcleo ideológico y estatuto.				X										
	Proponer la misión, visión y estatuto para el Departamento de Cultura.					X												
	Tac.1.1.3		<b>Núcleo ideológico del Departamento de Cultura de la UTE</b>				X	X										
	Profesional Relaciones Públicas.	Act.	Realizar un listado de recursos necesarios para la implementación del Departamento de Cultura.					X										
			Reunión con responsables de asignación de espacios y equipos para solicitar los recursos						X									

Profesional gestión cultural.	Tac.1.2.1	<b>Asignación de espacio y equipos para el Departamento de Cultura de la UTE</b>			X	X												
Profesional Relaciones Públicas.	Act.	Reunión con cada grupo cultural de la Universidad para conocer sus necesidades de infraestructura y equipamiento.			X													
Profesional gestión cultural.		Analizar y priorizar las necesidades de cada grupo.				X												
		Gestionar los recursos necesarios para cubrir las necesidades urgentes de cada grupo.					X											
	Tac.1.2.2	<b>Equipamiento de recursos necesarios para el desarrollo de grupos culturales de la UTE.</b>			X	X												
Profesional Relaciones Públicas.	Act.	Gestionar con el Coordinador académico y demás autoridades la transición de las materias optativas ajedrez, cine fórum y fotografía hacia grupos culturales.			X	X												
Profesional gestión cultural.		Elaboración de un Syllabus para cada grupo				X												
		Asignación de instructor, espacio e infraestructura para cada grupo					X	X										
Coordinador académico		Convocatoria para conformación de cada grupo por medio de afiches y visitas a cada aula.							X	X	X	X						
	Tac.1.2.3	<b>Creación de nuevos grupos culturales.</b>			X	X	X	X	X	X								
Profesional Relaciones Públicas.	Act.	Gestionar un espacio en la biblioteca de la Universidad Tecnológica Equinoccial Matriz y Campus Occidental para la creación de un área de lectura.			X	X												
Profesional gestión cultural.		Solicitar la adquisición de material bibliográfico para el área de lectura.				X												
Coordinado académico.		Adecuar el área de lectura con señalización y estilo tipo lounge (Sala: sillones individuales y para tres personas, mesa de centro y revisteros) para comodidad y agrado de la comunidad universitaria.					X	X										
		Coordinar la entrega y ubicación de prensa escrita para ubicarla en el área y que sea de libre acceso para la comunidad universitaria.					X											
		Tramitar con el DMQ la entrega de agendas y material cultural gratuito de los siguientes centros: Quito Turismo, Fundación Teatro Sucre, SIMMYC, Ministerio de Cultura y demás centros culturales de la ciudad.					X											
		Colocación de habladores con información de eventos culturales internos y externos.						X										
	Tac.1.2.4	<b>Implementación de un área de lectura.</b>			X	X	X											
Profesional Relaciones Públicas.	Act.	Reunión con el Departamento de Vinculación con la colectividad para conocer que convenios con otras instituciones tiene y cuales son óptimos para obtener beneficios culturales.						X	X									
Profesional		Contactarse con las instituciones que tienen convenios y son afines al interés cultural para proponer beneficios mutuos								X	X							

	gestión cultural.		Planificar el uso de los beneficios obtenidos en los convenios a beneficios del desarrollo cultural de la comunidad universitaria.								X	X	X				
	Departamento de Vinculación	Tac.1.2.5	<b>Validación de los convenios del Departamento de Vinculación con la Colectividad con el fin de conseguir beneficios culturales.</b>								X	X	X				
	Profesional Relaciones Públicas.	Act.	Elaborar un listado de Centros culturales e instituciones afines al desarrollo cultural.									X	X				
	Profesional gestión cultural.		Enviar carta de presentación e informativa acerca de la alianza estratégica que se busca.										X	X	X		
			Pactar reuniones con las organizaciones interesadas para negociar beneficios mutuos.										X	X	X	X	
		Tac.1.2.6	<b>Alianzas estratégicas con Centros Culturales e instituciones interesadas en la gestión cultural.</b>									X	X	X	X	X	

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																											
		<b>Meses</b>												<b>Mes 4</b>		<b>Mes 5</b>		<b>Mes 6</b>									
		<b>Semanas</b>												<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>		
		<b>Objetivo 2</b> <b>Socializar las actividades del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial</b>	Profesional Relaciones Públicas.  Profesional gestión cultural.  Facultad Ciencias Sociales	Act.	Elaborar bases del concurso y cronograma con el Consejo de Gestión Cultural y Autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.	X																					
Gestionar premios y beneficios para ganadores y participantes del concurso.	X																										
Convocatoria a estudiantes de la Carrera Diseño Gráfico Publicitario para diseñar la nueva imagen del Departamento de cultura y los grupos que maneja					X																						
Elección de finalistas quienes recibirán tutorías para la entrega de sus artes finales						X																					
Elección de la mejor propuesta							X	X																			
Tac. 2.1.1	<b>Gestionar Concurso “Demos vida al Departamento de Cultura”</b>				X	X	X																				
Profesional Relaciones Públicas.  Profesional gestión cultural.  Teatro La Huella	Act.		Elaboración de rompecabezas con la nueva imagen del Departamento de Cultura, que servirá como pieza de expectativa para los estudiantes.				X																				
			Solicitar al grupo de Teatro de la UTE su apoyo a la actividad mediante una performance que guie la atención de la comunidad universitaria al descubrimiento del rompecabezas.				X																				
	Tac. 2.1.2		<b>Campaña de expectativa para la presentación de la nueva imagen del Departamento de Cultura.</b>				X																				
Consejo de Gestión Cultural.	Act.		Reunión con el Consejo de Gestión Cultural y autoridades Universitarias pertinentes para la organización del evento de lanzamiento de la nueva imagen del Departamento de Cultura.		X	X																					

Profesional Relaciones Públicas.  Profesional gestión cultural.  Directores de grupos culturales.		Coordinar presentaciones de los grupos culturales de la Universidad.		X	X															
		Utilizar paneles para exposición fotográfica de la historia de cada uno de los grupos y sus logros			X															
		Confección de pulseras con la nueva imagen del Departamento de Cultura.			X															
		Gestionar el apoyo del DMQ para la presencia de una carpa que distribuya gratuitamente agua.			X															
		Elaboración de material promocional: afiches, volantes, mailing y roll ups.		X	X															
		Convocatoria a la comunidad universitaria al lanzamiento de la nueva imagen del Departamento de Cultura		X	X	X														
		Convocatoria al programa EXPRESARTE para la cobertura del evento y la reseña de la proyección del Departamento de Cultura UTE.			X	X														
	<b>Tac. 2.1.3</b>	<b>Lanzamiento de la nueva imagen del Departamento de Cultura.</b>		X	X	X														
Profesional Relaciones Públicas.  Profesional gestión cultural.  Facultades Universidad Tecnológica Equinoccial.	<b>Act.</b>	Solicitar a las autoridades de cada facultad la asignación de una cartelera para el Departamento de Cultura	X	X																
		Establecer una estructura para ubicar la información en las carteleras del Departamento de Cultura.		X	X															
		Desarrollar un collage periódicamente referente a las actividades realizadas por los grupos culturales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		Convenir la entrega de material impreso de eventos culturales externos para exhibirlos en la cartelera.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	<b>Tac. 2.2.1</b>	<b>Diagramación apropiada de las carteleras con información de interés cultural.</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Departamento Relaciones Públicas.  Profesional gestión cultural.	<b>Act.</b>	Pedir al Departamento de Relaciones Públicas se envíe invitaciones a eventos o actividades culturales que realiza la Universidad vía mailing usando la base de datos de la plataforma y direcciones personales.	X	X																
	<b>Tac. 2.2.2</b>	<b>Empleo de direcciones electrónicas personales de la comunidad universitaria como herramienta de difusión.</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Profesional gestión cultural.	<b>Act.</b>	Diseño de papelería de hojas membretadas, tarjetas de presentación y formatos formales.	X	X																
	<b>Tac. 2.2.3</b>	<b>Diseño de papelería para el Departamento de Cultura.</b>	X	X																
Profesional Relaciones Públicas.  Profesional gestión cultural.	<b>Act.</b>	Gestionar con la Facultad de CCSS la utilización de espacios dentro de TV UTE y Radio UTE.	X	X																
		Estructurar el contenido del programa conforme el cronograma tentativo de temas a tratar a lo largo del año por el Departamento de Cultura.	X	X	X	X														
		Realizar un casting de estudiantes voluntarios de la Carrera Periodismo para la selección de locutores y presentadores de los programas,		X	X															

Facultad Ciencias sociales.		quienes serán reconocidos con horas de práctica. Recopilar información acerca de la actividad cultural de la Universidad para editarla y usar como contenido dentro de los programas.																		
	Tac. 2.3.1	<b>Implementación de un espacio cultural dentro de la programación de TV UTE y Radio UTE.</b>	x	x	x	x	x													
Profesional gestión cultural. Revista Campus	Act.	Solicitar al equipo de redacción encargado de la Revista Campus se conceda una sección destinada a las actividades y gestión cultural de la UTE. Recolectar información y material fotográfico para diagramar la sección.	x	x																
	Tac. 2.3.2	<b>Introducción de una sección cultural dentro de la Revista Campus de la UTE</b>	x	x	x															
Profesional gestión cultural. IDIC	Act.	Gestionar con el IDIC la inserción de un link exclusivo para el Departamento de Cultura dentro de la página web de la UTE. Implementar banners de red con información de eventos a realizar dentro de la página web de la UTE.	x																	
	Tac. 2.3.3	<b>Programación de un link dentro de la página web de la UTE que direcciona hacia información del Departamento de Cultura.</b>	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Profesional gestión cultural. Community Manager	Act.	Diseñar actividades y cronograma de posteos en redes sociales en conjunto con el Community Manager de la UTE. Redactar mensajes comunicacionales para postearlos dentro de las redes sociales.	x	x																
	Tac. 2.3.4	<b>Publicación de contenidos generados por el Departamento de Cultura en redes sociales como Facebook y Twitter.</b>	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Profesional gestión cultural. Departamento Relaciones Públicas	Act.	Reuniones con el Departamento de Relaciones Públicas para planificar la difusión de las actividades realizadas y a realizar por medios de comunicación internos y externos. Coordinar la cobertura de eventos y actividades culturales.	x	x																
	Tac. 2.3.5	<b>Vinculación entre el Departamento de Relaciones Públicas y el Departamento de Cultura para la difusión de actividades realizadas y a realizar.</b>	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																											
		Meses		Mes 7				Mes 8				Mes 9				Mes 10				Mes 11				Mes 12			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
		Semanas		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Objetivo 3 Vincular de manera efectiva al 40% del público interno de la Universidad Tecnológica Equinoccial en las actividades que Realiza el Departamento de Cultura en un apso de 4 meses.	Profesional Relaciones Públicas.	Act.	Reunión con el Consejo de Gestión Cultural para organización de evento, temas a tratar y cronograma.	X																							
	Profesional gestión cultural		Gestionar la utilización del Coliseo Matriz para la realización de las inducciones a la comunidad universitaria.	X																							
	Consejo de Gestión Cultural		Convocatoria a comunidad universitaria por medio de las herramientas de comunicación.	X	X																						
		Tac.3.1.1	<b>Inducción a la comunidad universitaria acerca de la función del Departamento de Cultura, sus grupos y beneficios.</b>	X	X																						
	Profesional gestión cultural	Act.	Coordinar performance que evidencien las actividades y el trabajo realizado por cada grupo cultural y deportivo.		X																						
	Director Grupo de teatro		Asignar lugar y fechas para la puesta en escena de cada performance invitando a los estudiantes a participar en los grupos.		X																						
		Tac.3.1.2	<b>Actividades BTL con los grupos culturales y deportivos para convocar nuevos integrantes</b>		X																						
	Profesional gestión cultural	Act.	Gestionar con la Facultad de CCSS la realización de los testimoniales.		X	X																					
	Facultad Ciencias Sociales		Contactar a estudiantes beneficiarios de becas para que compartan su experiencia al formar parte de los grupos y poder acceder a los beneficios.		X	X	X																				
	Estudiantes beneficiarios de becas		Presentación de testimoniales en circuito cerrado, TV UTE y Radio UTE.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
		Tac.3.1.3	<b>Testimoniales de integrantes de los grupos culturales y deportivos que han sido beneficiarios de una beca.</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
		Act.	Gestionar con la Facultad de Ciencias		X	X																					

Profesional gestión cultural  Radio UTE  TV UTE		Sociales la investigación de la historia de las principales culturas del Ecuador para ser redactadas por estudiantes de periodismo																							
		Recolectar fotografías relevantes del rol que han cumplido las diferentes culturas ecuatorianas.			<b>X</b>																				
		Gestionar la colocación de afiches y vibrines referentes a las culturas ecuatorianas y su historia.			<b>X</b>	<b>X</b>																			
		Incluir dentro de la programación de TV UTE y Radio UTE sets informativos referente al mes UTE Multicultural. El mes será relacionado con el valor equidad.			<b>X</b>	<b>X</b>																			
<b>Tac.3.2.1 Mes UTE Multicultural</b>			<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>																				
Profesional gestión cultural  Radio UTE	<b>Act.</b>	Diseño de afiches informativos de los géneros musicales propios del Ecuador.				<b>X</b>	<b>X</b>																		
		Gestionar sets musicales en Radio UTE de música ecuatoriana y sus mejores representantes. Se invitará a los estudiantes que sean artistas musicales para que puedan presentar su material musical y poder difundir su trabajo. Al mes se lo asociará con el valor de la libertad.					<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>															
		<b>Tac.3.2.2 Mes UTE Musical</b>				<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>																
Profesional gestión cultural  Departamento Relaciones Públicas	<b>Act.</b>	Gestionar la organización de una feria para estudiantes que tengan negocios emprendedores de productos o servicios, permitiendo que puedan ofertarlos en stands. El espacio requerido es en el patio de la Virgen del campus matriz UTE				<b>X</b>																			
		Convocatoria para estudiantes a formar parte de la feria emprendedora por medio de afiches y visitas informativas. Al mes se lo asociará con el valor de reconocimiento a la igualdad de condiciones				<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>																	
		Elaboración nuevos stands de aluminio que servirá para futuros eventos y				<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>																	

			actividades.																									
			Montaje de feria emprendedora, asignación de espacio para cada participante, la decoración es iniciativa del participante.								X	X																
			Se trabajarán colgantes en forma de tags en los que se incluirán tips para ser un buen emprendedor.								X	X	X	X														
			Se extenderá la invitación a representantes de instituciones con las que la UTE posee alianzas permitiendo que puedan analizar las iniciativas de estudiantes y poder apoyarlas.								X	X																
			Se solicitará al departamento de relaciones públicas la cobertura del evento y la invitación a medios de comunicación que puedan generar publicity.								X																	
			<b>Tac.3.2.3 Mes UTE Emprendedora</b>								X	X	X	X														
	Profesional Relaciones Públicas.	<b>Act.</b>	Entrega de separadores de hojas con frases que inviten a la lectura. Al mes se lo asociará con la dedicación académica.								X	X																
	Profesional gestión cultural		Gestionar la visita de Raúl Pérez Torres para efectuar un conversatorio acerca de los beneficios de la lectura.										X	X														
			<b>Tac.3.2.4 Mes UTE lectura</b>								X	X	X	X														
	Profesional Relaciones Públicas.	<b>Act.</b>	Implementar una pizarra tipo comic donde los estudiantes pueden crear su propia historia cambiando el texto de los cuadros de textos y los gestos de los personajes.												X	X	X	X										
	Profesional gestión cultural		Gestionar la ubicación de contenedores para fomentar el reciclaje de baterías y papel.												X	X	X	X										
	Radio UTE		Gestionar un descuento para miembros de la comunidad universitaria al momento de fotocopiar llevando hojas recicladas.												X	X	X	X										
	TV UTE		Incluir contenido dentro de Radio y TV UTE acerca de las nuevas artes.												X	X	X	X										
			Promover las iniciativas verdes de la UTE por medio de Radio y TV UTE. Al mes se												X	X	X	X										



		lo asociará con la concienciación en la protección del medio ambiente.																											
		<b>Tac.3.2.5 Mes UTE contemporánea</b>												X	X	X	X												
Profesional gestión cultural	Act.	Coordinar la selección de películas ecuatorianas para ser proyectadas en la semana de Cine Ecuatoriano UTE.																		X	X	X	X						
		Gestionar el uso del Auditorio Álvaro Trueba para la proyección de las películas.																			X	X	X	X					
		Incluir dentro de Radio y TV UTE espacios donde se comente y se den reseñas de producciones cinematográficas ecuatorianas. Al mes se lo asociará con la transparencia.																			X	X	X	X					
		<b>Tac.3.2.6 Mes UTE cinematográfica</b>																		X	X	X	X						
Profesional gestión cultural Radio UTE TV UTE	Act.	Colocación de tags con reglas de ortografía y principios de redacción en espacios cercanos a la comunidad universitaria.																						X	X	X	X		
		Gestionar la presencia de escritores y redactores ecuatorianos en Radio y TV UTE para realizar entrevistas referente a técnicas de redacción.																							X	X	X	X	
		<b>Tac.3.2.7 Mes UTE escribe</b>																						X	X	X	X		

▲ Presupuesto

	<b>Cant.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Valor Total</b>
Objetivo 1 Implementar el proyecto de departamento de cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial Quito	1	Aviso Prensa – El Comercio Sección Clasificados 15*10 para contratación de profesional especializado en Gestión Cultural	800,00	Recursos Humanos UTE
	1	Asignación de equipos y mobiliario para el departamento de cultura	1500,00	Presupuesto Comisión de cultura
	1	Equipamiento grupos culturales	5000,00	Presupuesto Comisión de cultura
	15	Tableros de ajedrez	10,00	150,00
	15	Manuales de ajedrez	7,50	112,5
	1	Material Bibliográfico referente a ajedrez	200,00	200,00
	1	Material visual para grupo de cine fórum (Ejemplares de cortometrajes y largometrajes íconos a lo largo de la historia)	400,00	300,00
	1	Material visual para grupo de cine fórum (Ejemplares de cortometrajes y largometrajes íconos a lo largo de la historia)	300,00	Gestionado
	1	Material Bibliográfico referente a la historia del cine	200,00	200,00
	5	Cámaras profesionales Nikon L810 Semi Profesional 26x 16.1 Mpx 3d Full Hd.	350,00	1.750,00
	5	Tripodes.	50,00	250,00
	1	Material Bibliográfico referente a técnicas de fotografía	200,00	200,00
	30	Afiches Convocatoria nuevos grupos culturales UTE	1,50	45,00
	1	Sala lounge para área de lectura (sillón grande, dos individuales, mesa de centro y librero)	1.500,00	1.500,00
	1	Material Bibliográfico para área de lectura	800,00	800,00
5	Habladores para área de lectura	4,50	22,50	
	1	Premios y beneficios para ganadores y concursantes destacados	1500,00	Gestionado

Objetivo 2 Socializar		que participaron en el concurso.		
	20	Afiches para convocatoria concurso "Demos vida al Departamento de Cultura"	1,50	30,00
	1	Rompecabezas, pieza para expectativa del lanzamiento nueva imagen del Departamento de Cultura, Consta de 9 piezas. Material MDF con vinil adhesivo 2*2 mts.	120,00	Gestionado
	3000	Pulseras de tela con nueva imagen Departamento de Cultura UTE	35,00	Gestionado
	1	Contratación productora de eventos para lanzamiento de Nueva Imagen Departamento de Cultura. Incluye: Material promociona (Afiches, roll up, lona 2.00*2.00 y flyers) Sonido y amplificación Escenario Decoración	2.000,00	2.000,00
	1	Material Informativo departamento de Cultura. Incluye: Flyers informativos y habladores.	200,00	200,00
O3.Vincular	20	Afiches UTE Multicultural	1,50	30,00
	10	Vibrines UTE Multicultural	2,00	20,00
	20	Afiches UTE Musical	1,50	30,00
	1	Feria UTE Emprendedora	900,00	Gestionado
	20	Afiches Feria UTE Emprendedora	1,50	22,50
	20	Stands aluminio 3mts x 2mts	135,00	2.700,00
	15	Tags Tips, (Material Vinil Adhesivo – MDF) UTE Emprendedora	7,50	112,50
	2000	Separadores de hoja UTE Lectura	0,25	500,00
	1	Conversatorio UTE Lectura	500,00	Gestionado
	1	Catering conversatorio UTE Lectura	300,00	Gestionado
	12	Cajas para reciclar UTE Contemporánea	25,00	300,00
	1	Proyección Cine Ecuatoriano UTE	1.200,00	Gestionado
	20	Tags con reglas de ortografía y principios de redacción	7,50	150,00
<b>TOTAL</b>				<b>9.777.50</b>

▲ Presupuesto general

<b>Gastos Administrativos</b>	
Honorarios profesionales	\$2.000,00
Transporte	\$50,00
Viáticos	\$200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.250,00</b>
<b>Gastos Operativos</b>	
Herramientas utilizadas(Actividades)	\$9.077,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$9.077,50</b>
<b>Gastos de Investigación</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>820,25</b>
<b>Gastos Imprevistos</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>\$101,48</b>
<b>CAMPAÑA DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	
Gastos Administrativos	<b>\$2.250,00</b>
Gastos Operativos	<b>\$9.077,50</b>
Gastos de Investigación	<b>820,25</b>
Gastos Imprevistos	<b>\$101,48</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN (PLAN)</b>	<b>\$12.949,23</b>

▲ **Matriz de evaluación.**

Objetivo	Tipo de objetivo	Nivel de evaluación	Mecanismos de evaluación	Indicadores	Responsable
Implementar el proyecto de Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial Quito en el lapso de 3 meses.	Informativo	Básico	Encuestas  Focus Group  Seguimiento sistemático	Porcentaje de personas que conozcan el departamento de cultura.  Porcentaje de recordación de los beneficiados, participantes y mensajes difundidos.  Seguimiento del proceso informativo	Profesional de RRPP
Socializar las actividades del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial Quito en el 75% de sus públicos internos, en el lapso de 5 meses.	Persuasivo  Motivacional	Intermedio  Avanzado	Medición de la participación  Encuestas  Focus Group	Porcentaje del público que participó y conoce acerca de los proyectos  Nivel de aceptación de los proyectos  Porcentaje de percepción del beneficio que se generó gracias al Departamento de Cultura	Profesional de RRPP

<p>Vincular de manera efectiva al 40% del público interno la Universidad Tecnológica Equinoccial Quito en las actividades que realiza el Departamento de Cultura en el lapso de 4 meses.</p>	<p>Persuasivo</p> <p>Motivacional</p>	<p>Intermedio</p> <p>Avanzado</p>	<p>Focus Group</p> <p>Sondeo</p> <p>Medición de la percepción del público</p> <p>Conteo de visitas</p>	<p>Nivel de vinculación del público y el Departamento de Cultura</p> <p>Opinión pública respecto al accionar del Departamento de Cultura.</p> <p>Grado de satisfacción de los participantes</p> <p>Número de visitas a la cuentas interactivas y nivel de interacción</p>	<p>Profesional de RRPP</p>
--	---------------------------------------	-----------------------------------	--	---	----------------------------

## CAPÍTULO V

### 5. Conclusiones y recomendaciones finales

#### 5.1. Conclusiones

Mediante las herramientas de investigación adoptadas y el acercamiento a la comunidad universitaria se puede concluir que:

- ✦ La Universidad Tecnológica Equinoccial siendo una de las instituciones de educación superior más grandes a nivel nacional carece de una estructura sólida que se encargue de la actividad cultural y su difusión, en la actualidad la comisión de cultura es integrada por una sola persona que no es especialista en el ámbito cultural ocasionando que la gestión cultural de la universidad sea débil frente a otras instituciones que cuentan con un departamento de cultura sólido que trabaja en base a objetivos a largo y corto plazo.
- ✦ Los grupos culturales de la Universidad Tecnológica Equinoccial cuentan con una planificación y cronograma anual que no se cumple en su totalidad debido a la falta de seguimiento.
- ✦ Muchas de las alianzas o convenios con otras instituciones han sido desaprovechados, las negociaciones para beneficios referentes al ámbito cultural son casi nulas y desconocidas por la comunidad universitaria.

- ✧ Los temas culturales abordados en la planificación de la comisión de cultura en su mayoría son enfocados en actividades artísticas y en menor nivel se abordan contenidos que puedan evidenciar diversidad cultural.
- ✧ La falta de difusión de eventos y actividades culturales ocasiona que la comunidad universitaria desconozca toda acción que realiza la comisión de cultura.
- ✧ La comunidad universitaria se siente interesada por el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial y pide ser partícipe de este proceso para aportar y enriquecerse de las actividades culturales.
- ✧ La gestión cultural es reconocida por la comunidad universitaria como un tema necesario para su desarrollo como profesional que le permite enfrentar el fenómeno de la globalización y el reconocimiento de la diversidad.
- ✧ El desarrollo cultural de una institución de educación superior es vital y obligatorio su cumplimiento está amparado por la constitución y demás leyes referentes a cultura y educación.
- ✧ No existe una centralización de los proyectos y acciones vinculadas con la cultura de tal manera que redunde en una imagen cultural entre la comunidad universitaria.



## 5.2. Recomendaciones

- ✦ Se debe implementar una estructura sólida que se encargue de la gestión cultural para la Universidad Tecnológica Equinoccial permitiendo que su desarrollo y actividad cultural sea eficiente y permita ser reconocido por la comunidad universitaria.
- ✦ El desarrollo cultural debe ser gestionado de forma continua, no como simples acciones que no formen parte de una planificación en base a objetivos.
- ✦ Es indispensable potenciar las alianzas estratégicas que posee la Universidad Tecnológica Equinoccial con instituciones públicas y privadas logrando su apoyo para el desarrollo y gestión de actividades culturales.
- ✦ Existe gran apoyo por parte del gobierno y municipios a nivel nacional para el desarrollo de proyectos e iniciativas culturales que impulsen la diversidad y la multiculturalidad.
- ✦ Las herramientas de comunicación son indispensables para que la comunidad universitaria se mantenga informada acerca del desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica equinoccial, por esta razón es necesario optimizar su uso, permitiendo que sean eficaces e interactivas.

- ✧ El desarrollo cultural es un tema amplio que obedece a la diversidad por ende debe abarcar desde la herencia del ser humano hasta las nuevas tendencias logrando captar el interés de la comunidad universitaria.
- ✧ Es importante que la Universidad Tecnológica Equinoccial busque fortalecer sus vínculos con las dependencias universitarias y con otras instituciones de educación superior del país para la realización de proyectos culturales conjuntos.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✦ Trueba, A. (2010). Reseña Histórica 40 años de vida institucional Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- ✦ Limón, M. (2008), Imagen corporativa: Estrategia organizacional de comunicación global, México: Trillas.
- ✦ Aranguren, J. (1967), *La comunicación humana*, México: Herrero Hermanos Sucesores.
- ✦ García, M. (1995), Las claves de la publicidad, Madrid: Esic.
- ✦ O'Sullivan, J. (1996). La comunicación humana, Caracas: Publicaciones UCAB, 3ra Edición.
- ✦ Bonilla, C. (1994). La Comunicación, función básica de las Relaciones Públicas. México: Trillas.
- ✦ Ritter, M. (1999). Cultura Organizacional. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- ✦ Van, G. (1997). Comunicación Corporativa. Madrid: Prentice Hall.
- ✦ Ramos, D. (2007). Manual básico de Comunicación corporativa. Quito: San Pablo.
- ✦ Brandolin, A. (2009), "Comunicación interna". Buenos Aires: La Crujía ediciones.
- ✦ Jiménez, A. (2007). Comunicación e imagen corporativa. Barcelona: Editorial UOC.
- ✦ Martínez, M., Vilanola, R. (1996). Comunicación y Negociación Comercial. Madrid: Editorial Esic.
- ✦ Wilcox, D., Cameron, G., Xifra, J. (2009), Relaciones Públicas estrategias y tácticas. Madrid: Pearson educación S.A.
- ✦ Raymond, S. (1995) Relaciones públicas, teoría y práctica., México: Editorial Limusa.
- ✦ Mercado, S. (2002). Relaciones públicas aplicadas. México: Thomson Learning S.A.

- ✧ Rojas, O. (2005). Relaciones Públicas: La eficiencia de la influencia. Madrid: Esic Editorial.
- ✧ Gómez, C. (2006), Diccionario de relaciones públicas. Quito: Quipus.
- ✧ Palencia, M. (2008). 90 técnicas de relaciones públicas. Barcelona: Bresca.
- ✧ Marston, J. (1988). Relaciones Públicas Modernas. México: McGraw-Hill.
- ✧ Universidad de Cuenca. (2004). "Construcción de identidades y relación cultural" Cuenca: Sendas versión 2.
- ✧ Paladino, M., Álvarez, C. (2006). Comunicación empresarial responsable., Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- ✧ Carrión, F. (1997). Ciudad, Comunicación y Cultura. Quito: FELAFACS.
- ✧ Salazar, M. (2009). Multiculturalidad e interculturalidad en el ámbito educativo. San José: Asturia.
- ✧ Yudice, G. (2003). El recurso de la cultura. Indiana: Ediciones Gedisa.
- ✧ División de Expresiones Culturales e Industrias Creativas (2010). Políticas para la creatividad. Argentina: UNESCO.

## **NET-GRAFÍA**

- ✧ Universidad Tecnológica Equinoccial. Historia Universidad Tecnológica Equinoccial. [en línea]. Recuperado el 15 de mayo 2012 de: <http://ute.edu.ec>
- ✧ Borlandelli, P. Tema 6: El proceso de comunicación. [en línea]. Recuperado el 27 de marzo 2012 de: <http://lenguayliteratura.org/mb/index.tema-6-el-proceso-de-comunicación>.
- ✧ Caldeiro, G. Un modelo para el proceso de comunicación. [en línea]. Recuperado el 19 de agosto 2012 de: [http://comunicacion.idoneos.com/index.php/Teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n/Un\\_modelo\\_para\\_el\\_proceso\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](http://comunicacion.idoneos.com/index.php/Teor%C3%ADa_de_la_comunicaci%C3%B3n/Un_modelo_para_el_proceso_de_la_comunicaci%C3%B3n)
- ✧ Platzer, A. La Comunicación en la empresa. [en línea]. Recuperado el 27 de abril 2012 de: <http://www.tiemposmodernos.eu/ret-tipos-de-comunicacion/>

- ✦ Gutierrez, I. 4 modelos de Relaciones Públicas. [en línea]. Recuperado el 16 de junio 2012 de: <http://ignaciogutierrez.es/2011/10/un-resumen-de-los-4-modelos-de-relaciones-publicas/>
- ✦ Puerta, G. Mecenazgo. en línea]. Recuperado el 13 de junio 2012 de: <http://www.revistadircom.com/redaccion/mecenazgo/659-mecenazgo.html>
- ✦ Marina, J. La cultura presente en la educación. [en línea]. Recuperado el 14 de julio 2012 de: [http://www.ccebrasil.org.br/system/prj\\_docs/18/original/acerca-cultura-de-proximidad-educacion-y-cultura-una-relacion-dificil-pero-necesaria.pdf](http://www.ccebrasil.org.br/system/prj_docs/18/original/acerca-cultura-de-proximidad-educacion-y-cultura-una-relacion-dificil-pero-necesaria.pdf).

## ANEXOS

### Anexo 1 Constitución de la República del Ecuador

#### Cultura y ciencia

**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener, acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

**Art. 23.-** Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

#### Educación

**Art. 26.-** La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir.

Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

**Art. 27.-** La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la

cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

**Art. 28.-** La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente.

Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá el diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones.

El aprendizaje se desarrollará de forma escolarizada y no escolarizada.

La educación pública será universal y laica en todos sus niveles, y gratuita hasta el tercer nivel de educación superior inclusive.

**Art. 343.-** El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura. El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente.

El sistema nacional de educación integrará una visión intercultural acorde con la diversidad geográfica, cultural y lingüística del país, y el respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

**Art. 350.-** El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

**Art. 377.-** El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

**Art. 380.-** Serán responsabilidades del Estado

**4.** Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.

**5.** Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas.

**6.** Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.

**7.** Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.



## **Anexo 2 Ley Orgánica de Educación Superior**

**Art. 3.- Fines de la Educación Superior.-** La educación superior de carácter humanista, cultural y científica constituye un derecho de las personas y un bien público social que, de conformidad con la Constitución de la República, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.

**Art. 5.- Derechos de las y los estudiantes.-** Son derechos de las y los estudiantes los siguientes:

- f)** Ejercer la libertad de asociarse, expresarse y completar su formación bajo la más amplia libertad de cátedra e investigativa;
- g)** Participar en el proceso de construcción, difusión y aplicación del conocimiento;
- h)** El derecho a recibir una educación superior laica, intercultural, democrática, incluyente y diversa, que impulse la equidad de género, la justicia y la paz;

**Art. 8.- Serán Fines de la Educación Superior.-** La educación superior tendrá los siguientes fines:

- b)** Fortalecer en las y los estudiantes un espíritu reflexivo orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico;
- c)** Contribuir al conocimiento, preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional;

**Art. 9.- La educación superior y el buen vivir.-** La educación superior es condición indispensable para la construcción del derecho del buen vivir, en el marco de la interculturalidad, del respeto a la diversidad y la convivencia armónica con la naturaleza.

### **Anexo 3 Ley de Cultura (Proyecto en proceso de aprobación)**

#### **EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

1. La nueva Constitución del Ecuador otorga una importancia fundamental a la cultura, tanto por el rango que le confiere dentro de los fines y valores superiores que presiden su texto como por la amplitud de referencias que hace a los asuntos culturales. Todo ese conjunto de referencias a lo cultural se concentra en dos grandes asuntos: los principios y derechos culturales y el Sistema Nacional de Cultura, concebido para garantizar la efectiva vigencia de los primeros. Estos derechos acogen una visión contemporánea de la cultura, concebida como un hecho social dinámico y en permanente transformación que incesantemente genera nuevos contenidos y transforma y resignifica el saber acumulado por la sociedad. En virtud de esta nueva visión el ciudadano común, los pueblos y nacionalidades ancestrales, así como los colectivos culturales contemporáneos, devienen sujetos de los derechos culturales y dejan de ser objeto de civilización, adoctrinamiento y sometimiento colonial. Esta ley desarrolla esos derechos y establece las bases operativas y las líneas fundamentales, políticas e institucionales, que garantizan su vigencia.

La Ley fija las garantías operativas de los derechos culturales, tanto en lo que se refiere a la dimensión organizativo institucional (regulando las bases del Sistema Nacional de Cultura), como en lo que se refiere a la dimensión funcional de dicha garantía (regulando las bases y fundamentos de las políticas culturales).

2. En materia de patrimonio cultural el proyecto de Ley constituye un avance significativo con respecto a la normativa en vigencia, promulgada en 1992 pero inspirada en lo esencial en la Ley de Patrimonio Artístico dictada por la Asamblea Constituyente de 1945. Forzosamente la normativa en vigencia acoge una visión arcaica que limita lo patrimonial a los bienes que atestiguan la historia antigua, ancestral, colonial y republicana, y a las producciones artísticas consagradas, pero que considera a la cultura popular solo a título de expresiones folklóricas y no dice nada respecto de los elementos contemporáneos de la cultura.

El proyecto comienza por incorporar al bien protegido el concepto de memoria social, en alusión al carácter dinámico de la cultura y a su permanente resignificación y revalorización por parte de los actores sociales agentes de la transformación política y cultural. Siendo la memoria social el elemento central, el régimen de protección del Patrimonio Cultural debe ser adaptado a la enorme diversidad de bienes materiales e inmateriales que la constituyen. Para ello, la Ley establece tres niveles de protección: un nivel básico que ampara a todos los bienes que caen dentro de la definición marco de la Ley –que es mucho más amplia– y dos niveles específicos y progresivamente severos que se aplican a los bienes que han pasado por un proceso de catalogación o de registro. La política pública en materia de Patrimonio Cultural tiene así una orientación clara: procurar la identificación de los bienes de especial relevancia y estimular el estudio y la puesta en valor de los mismos, sin descuidar la atención especializada sobre los ámbitos generales de protección que comprende, además de los bienes antiguos y monumentales, nociones contemporáneas como el patrimonio industrial y el relativo a los bienes culturales que circulan en el ciberespacio.

Como garantía institucional de los derechos relativos al Patrimonio Cultural, la Ley configura una estructura de tres institutos que conforman el sub-sistema de la Memoria Social y del Patrimonio Cultural: el Instituto de la Memoria Social y del Patrimonio Cultural, el Instituto de Museos y Sitios Patrimoniales y el Instituto de las Bibliotecas y Archivos. Estos institutos, adscritos al Ministerio encargado de la cultura, asumirán la dispersa institucionalidad que actualmente tiene la potestad de salvaguardar el patrimonio o de custodiarlo, permitiendo que estas responsabilidades públicas sean implementadas de forma coherente. Así, el Sistema de Información Patrimonial, abierto a la libre consulta del público, permitirá a la ciudadanía y a las comunidades, pueblos y nacionalidades, conocer tanto el registro como las medidas de salvaguarda implementadas en cada momento a favor del Patrimonio Cultural, y actuar consecuentemente en caso de amenazas a su conservación.

Este conjunto de normas, su coherencia interna y el exhaustivo tratamiento de materias, si bien requerirá ser complementado con normas reglamentarias y procesales, nos autoriza a recomendar a la Asamblea Nacional la derogatoria de la Ley de Patrimonio Cultural de 1992.

3. En materia del fomento a la creación, distribución y circulación de bienes y servicios culturales y artísticos el proyecto de Ley acoge también las principales recomendaciones de los tratados internacionales relativas a la protección de la diversidad cultural y al fomento de las industrias culturales, y viabiliza así la efectiva garantía del derecho de acceso a la cultura, desarrollado ampliamente en la Constitución del Ecuador.

La Ley se ocupa de manera amplia y vigorosa del fomento de la creación de contenidos audiovisuales nacionales e independientes, reconociendo la importancia que tiene este sector de las industrias culturales en la vida contemporánea y el significativo déficit que nos aqueja como Nación en este campo. No es un tema menor y no se limita a la producción cinematográfica solamente, considerada como una expresión artística reservada al público que concurre a las salas de cine, sino que constituye un tema central para la política cultural de un país que busca salir de la situación de dependencia y subordinación que configuró el orden mundial actual. La exposición diaria del ciudadano común a los contenidos audiovisuales es abrumadora y solo tiende a crecer en el marco del desarrollo tecnológico actual. La televisión, cuyo número de frecuencias se multiplicará exponencialmente con el arribo de la tecnología digital, la telefonía celular, que converge aceleradamente hacia el audiovisual tanto como el Internet, constituirán en el futuro un solo torrente de cientos de miles de horas de contenidos audiovisuales emitidos cada día. ¿Cuántas de esas horas corresponderán a producción nacional independiente? ¿Cuántas de esas horas corresponden hoy a la producción nacional independiente? Tenemos que reconocer que estamos ante un déficit absoluto que configura una dramática situación de dependencia colonial.

De ahí que la Ley proponga dar continuidad a la existencia del actual Consejo Nacional de Cinematografía por medio de la creación de un Instituto Nacional del Audiovisual que amplía sus competencias al fomento del conjunto de la producción audiovisual, ocupándose de la gestión y fomento del desarrollo de la industria productora de contenidos, y reservando para los organismos especializados la gestión técnica de las frecuencias y los soportes digitales. El Ecuador se pone así a la vanguardia de la legislación audiovisual del continente, donde esta convergencia de autoridades cinematográficas con autoridades del audiovisual se está produciendo aceleradamente, y estará de ese modo en capacidad de responder a los desafíos crecientes del intercambio comercial y cultural del audiovisual en el ámbito Iberoamericano.

Merece la pena destacar en este punto que la Ley propone, como un principio de su aplicación en materia de creación de bienes artísticos y culturales, la promoción del pluralismo en oposición a las prácticas monopólicas que se dan principalmente en el manejo de los circuitos de difusión y exhibición de la cultura de masas. En este campo nuestra Constitución es particularmente innovadora cuando establece que será una responsabilidad del Estado impedir que la independencia de los creadores sea condicionada o restringida de cualquier modo por éstos circuitos. El estímulo de la producción independiente y la garantía de que sus contenidos serán difundidos a través de los medios masivos, es una forma muy precisa de promover el pluralismo y de abrir los canales de comunicación a la diversidad de tendencias y corrientes del pensamiento. La cuota de producción nacional independiente en cine, televisión, medios audiovisuales y radio, se convierte de ese modo en una medida histórica que repercutirá positivamente, a no dudarlo, en el desarrollo de las industrias culturales del Ecuador, en la generación de empleo y en la defensa de la democracia y el pluralismo.

4. Así mismo, la débil y casi inexistente estructura de fomento de las artes, adquiere en la presente Ley una relevancia mucho mayor, tanto normativa como institucional, a través de la creación de mecanismos concretos de incentivo y fomento y de la constitución del Instituto Nacional de las Artes que se ocupará de todas las disciplinas artísticas exceptuado el sector cinematográfico y audiovisual.

Esta diferenciación se vuelve necesaria habida cuenta la enorme complejidad y especialidad de las tareas encomendadas al Instituto Nacional Audiovisual, tareas que tienen que ver con su carácter industrial y con su inscripción dentro de los medios de comunicación masiva. El Instituto Nacional de las Artes se orienta más específicamente hacia el fomento de las demás disciplinas artísticas, las que no son difundidas por los medios audiovisuales, y por ende, están en las circunstancias actuales, relegadas al consumo de una élite y a una práctica marginal que muchas veces linda con la indignidad. La capacitación de los artistas, la gestión de los elencos nacionales como orquestas sinfónicas y otros, así como múltiples medidas de fomento que constan en la Ley, serán un primer paso para asegurar el ejercicio de los derechos culturales en este campo fundamental del desarrollo humano.

Hay que señalar que tanto el Instituto Nacional del Audiovisual como el Instituto Nacional de las Artes son adscritos al Ministerio encargado de la cultura pero a la vez están conformados por sendos consejos participativos donde tienen voz y voto representantes de los sectores culturales y artísticos del país.

5. La Ley reserva para la Casa de la Cultura Ecuatoriana una función específica dentro del sistema nacional de cultura: el de ser un espacio de diálogo, participación y debate, y el de ser un lugar de difusión y comunicación democrático. Creemos que en ello se recoge la esencia de su aporte histórico a nivel institucional. La Ley preserva el carácter electivo de los dignatarios de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, pero propone que esa elección deje de ser un privilegio custodiado por complejas reglamentaciones y pase a ser una responsabilidad surgida de una elección democrática de todos los artistas y creadores de cada provincia. Configurada de ese modo, la Casa de la Cultura Ecuatoriana será un apoyo fundamental de la política cultural al constituir un ente de carácter consultivo del Ministerio encargado de la cultura, y al conservar para su accionar el conjunto de sedes que actualmente posee que, con su integración al sistema nacional de cultura, será enormemente potenciado.

No ocurrirá lo mismo con sus dependencias especializadas, como la Biblioteca Nacional y la Cinemateca Nacional, que pasarán a ser gestionados, según proponen las disposiciones transitorias de la Ley, por el correspondiente instituto del Subsistema de la Memoria Social y el Patrimonio Cultural.

6. En definitiva, la presente ley afirma la concepción global y articulada de lo cultural que propugna el texto constitucional y, al mismo tiempo, hace posible la existencia de desarrollos legislativos y reglamentarios que posteriormente puedan abordar el detalle de las materias culturales desde sus lógicas y necesidades específicas. Es una Ley precisa que reconoce una amplia gama de derechos y que acoge la visión de la diversidad cultural para asumir la defensa de esa diversidad en el contexto de la globalización. Una diversidad que es amenazada constantemente por el imperio de las leyes del mercado en un ámbito portador de símbolos y representaciones espirituales como es la cultura.

**Artículo 1.- AMBITO Y FINES.**-La presente ley regula los principios, los derechos y las disposiciones constitucionales referidos a la cultura y al Sistema Nacional de Cultura. Define las potestades, competencias y obligaciones del Estado en este ámbito y establece los fundamentos de la política pública orientada a proteger y promover la diversidad cultural, la memoria social y el patrimonio cultural, fomentar la creación, circulación y puesta en valor de los bienes y servicios culturales y artísticos. Garantiza el acceso al espacio público y a la esfera mediática, a la formación en arte y cultura, y establece las relaciones de la cultura con el derecho de autor, la ciencia y la tecnología, el ambiente y el turismo.

**Artículo 2.- AUTONOMIA DE LA CULTURA.**- Las personas gozan de independencia y autonomía para crear, poner en circulación y acceder a los bienes y servicios culturales. La administración pública establecerá procedimientos y otras medidas específicas para garantizar la libertad de creación.

**Artículo 3.- FOMENTO DE LA INTERCULTURALIDAD.**- Se promueve la interrelación y convivencia de personas y colectividades diferentes para superar la conflictividad, la discriminación y la exclusión y para favorecer la construcción de nuevos sentidos y formas de coexistencia social.

**Artículo 4.- PARTICIPACIÓN SOCIAL.-** Las personas y colectividades participarán, de forma directa y/o a través de sus representantes, en los órganos que tienen a su cargo la definición e implementación de la política pública en el ámbito cultural. Se establecerá mecanismos democráticos y transparentes para este efecto.

**Artículo 5.- COMPLEMENTARIEDAD.-** La política pública establecerá vínculos eficientes entre la cultura y la educación, la comunicación y la ciencia y la tecnología, como ámbitos complementarios y coadyuvantes al desarrollo.

**Artículo 7.- CONTRIBUCIÓN DE LA CULTURA AL DESARROLLO SOSTENIBLE Y CARÁCTER TRANSVERSAL DE LA CULTURA.-** La dimensión cultural y, en particular, el respeto a la diversidad cultural son elementos esenciales de las políticas de desarrollo sustentable y de cohesión e inclusión social. El Estado tomará en cuenta la dimensión cultural en el conjunto de sus actuaciones.

**Artículo 8.- PRIORIDAD DE LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE Y DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES NACIONALES.-** El apoyo a la creación y producción de bienes artísticos y culturales deberá favorecer el pluralismo y desalentar las prácticas monopólicas. Por tanto, es prioridad del Estado apoyar en particular a los creadores y productores independientes, entendidos como los que están libres de influencia dominante por parte de los circuitos de distribución, exhibición pública o difusión masiva, así como a las industrias culturales nacionales, entendidas como las que no se encuentran vinculadas a capital extranjero, en función de sus órganos ejecutivos, su accionariado, su capacidad de decisión o su estrategia empresarial.



#### **Anexo 4 Ley orgánica de Educación Intercultural (Anexo 4)**

**Art. 1.- Ámbito.-** La presente Ley garantiza el derecho a la educación, determina los principios y fines generales que orientan la educación ecuatoriana en el marco del Buen Vivir, la interculturalidad y la plurinacionalidad; así como las relaciones entre sus actores. Desarrolla y profundiza los derechos, obligaciones y garantías constitucionales en el ámbito educativo y establece las regulaciones básicas para la estructura, los niveles y modalidades, modelo de gestión, el financiamiento y la participación de los actores del Sistema Nacional de Educación.

Se exceptúa del ámbito de esta Ley a la educación superior, que se rige por su propia normativa y con la cual se articula de conformidad con la Constitución de la República, la Ley y los actos de la autoridad competente

**Art. 2.- Principios.-** La actividad educativa se desarrolla atendiendo a los siguientes principios generales, que son los fundamentos filosóficos, conceptuales y constitucionales que sustentan, definen y rigen las decisiones y actividades en el ámbito educativo

**h. Interaprendizaje y multiaprendizaje.-** Se considera al interaprendizaje y multiaprendizaje como instrumentos para potenciar las capacidades humanas por medio de la cultura, el deporte, el acceso a la información y sus tecnologías, la comunicación y el conocimiento, para alcanzar niveles de desarrollo personal y colectivo;

**i. Educación en valores.-** La educación debe basarse en la transmisión y práctica de valores que promuevan la libertad personal, la democracia, el respeto a los derechos, la responsabilidad, la solidaridad, la tolerancia, el respeto a la diversidad de género, generacional, étnica, social, por identidad de género, condición de migración y creencia religiosa, la equidad, la igualdad y la justicia y la eliminación de toda forma de discriminación;

**k. Enfoque en derechos.-** La acción, práctica y contenidos educativos deben centrar su acción en las personas y sus derechos. La educación deberá incluir el conocimiento de los derechos, sus mecanismos de protección y exigibilidad, ejercicio responsable, reconocimiento y respeto a las diversidades, en un marco de libertad, dignidad, equidad social, cultural e igualdad de género;

**s. Flexibilidad.-** La educación tendrá una flexibilidad que le permita adecuarse a las diversidades y realidades locales y globales, preservando la identidad nacional y la diversidad cultural, para asumirlas e integrarlas en el concierto educativo nacional, tanto en sus conceptos como en sus contenidos, base científica - tecnológica y modelos de gestión;

**v. Equidad e inclusión.-** La equidad e inclusión aseguran a todas las personas el acceso, permanencia y culminación en el Sistema Educativo. Garantiza la igualdad de oportunidades a comunidades, pueblos, nacionalidades y grupos con necesidades educativas especiales y desarrolla una ética de la inclusión con medidas de acción afirmativa y una cultura escolar incluyente en la teoría y la práctica en base a la equidad, erradicando toda forma de discriminación;

**w. Calidad y calidez.-** Garantiza el derecho de las personas a una educación de calidad y calidez, pertinente, adecuada, contextualizada, actualizada y articulada en todo el proceso educativo, en sus sistemas, niveles, subniveles o modalidades; y que incluya evaluaciones permanentes. Así mismo, garantiza la concepción del educando como el centro del proceso educativo, con una flexibilidad y propiedad de contenidos, procesos y metodologías que se adapte a sus necesidades y realidades fundamentales. Promueve condiciones adecuadas de respeto, tolerancia y afecto, que generen un clima escolar propicio en el proceso de aprendizajes;

**z. Interculturalidad y plurinacionalidad.-** La interculturalidad y plurinacionalidad garantizan a los actores del Sistema el conocimiento, el reconocimiento, el respeto, la valoración, la recreación de las diferentes nacionalidades, culturas y pueblos que conforman el Ecuador y el mundo; así como sus saberes ancestrales,

propugnando la unidad en la diversidad, propiciando el diálogo intercultural e intracultural, y propendiendo a la valoración de las formas y usos de las diferentes culturas que sean consonantes con los derechos humanos;

**aa.** Identidades culturales.- Se garantiza el derecho de las personas a una educación que les permita construir y desarrollar su propia identidad cultural, su libertad de elección y adscripción identitaria, proveyendo a los y las estudiantes el espacio para la reflexión, visibilización, fortalecimiento y el robustecimiento de su cultura;

**Art. 3.- Fines de la educación.-** Son fines de la educación:

**a.** El desarrollo pleno de la personalidad de las y los estudiantes, que contribuya a lograr el conocimiento y ejercicio de sus derechos, el cumplimiento de sus obligaciones, el desarrollo de una cultura de paz entre los pueblos y de no violencia entre las personas, y una convivencia social intercultural, plurinacional, democrática y solidaria;

**b.** El fortalecimiento y la potenciación de la educación para contribuir al cuidado y preservación de las identidades conforme a la diversidad cultural y las particularidades metodológicas de enseñanza, desde el nivel inicial hasta el nivel superior, bajo criterios de calidad;

**c.** El desarrollo de la identidad nacional; de un sentido de pertenencia unitario, intercultural y plurinacional; y de las identidades culturales de los pueblos y nacionalidades que habitan el Ecuador;

**d.** El desarrollo de capacidades de análisis y conciencia crítica para que las personas se inserten en el mundo como sujetos activos con vocación transformadora y de construcción de una sociedad justa, equitativa y libre;

**Art. 7.- Derechos.-** Las y los estudiantes tienen los siguientes derechos:

**a.** Ser actores fundamentales en el proceso educativo;

**b.** Recibir una formación integral y científica, que contribuya al pleno desarrollo de su personalidad, capacidades y potencialidades, respetando sus derechos, libertades fundamentales y promoviendo la igualdad de género, la no discriminación, la valoración de las diversidades, la participación, autonomía y cooperación;

**g.** Ejercer activamente su libertad de organización y expresión garantizada en la Constitución de la República, a participar activamente en el proceso educativo, a ser escuchados y escuchadas, a que su opinión sea considerada como parte de las decisiones que se adopten; a expresar libre y respetuosamente su opinión y a hacer uso de la objeción de conciencia debidamente fundamentada

**Art. 26.- Nivel central intercultural.-** El nivel central formula las políticas, los estándares, planificación educativa nacional, los proyectos de inversión de interés nacional, las políticas de asignación y administración de recursos, formula políticas de recursos humanos que garantizan representatividad de acuerdo a la diversidad del país en todos los niveles desconcentrados. Coordina la gestión administrativa de los niveles desconcentrados de gestión.

Regula y controla el Sistema Nacional de Educación, para lo cual expide las normas y estándares correspondientes, sin perjuicio de las competencias asignadas a los distritos metropolitanos y a los gobiernos autónomos descentralizados en la Constitución de la República y la Ley.

Las máximas autoridades educativas tendrán como una de sus funciones primordiales transversalizar la interculturalidad para la construcción del Estado plurinacional y garantizar una educación con pertinencia cultural y lingüística para los pueblos afro ecuatorianos, montubios y para las nacionalidades y pueblos indígenas.

## Anexo 5 Fichas de observación

### Pontificia Universidad Católica del Ecuador

FICHA DE OBSERVACIÓN SOBRE EDUCACIÓN Y CULTURA						
Tema:		Educación y Cultura				
Área de observación:		Pontificia Universidad Católica del Ecuador				
Lugar:		Quito - Campus				
Individuo:		Docente: Estudiantes: Administrativo: x				
Género:		Masculino: Femenino: x				
Especialización:		Departamento de Cultura				
Fecha de visita:		03/05/2012				
Tiempo de observación:		2 horas				
Variables de observación:		Valoración sobre respuesta de variables				
		Mucho	No mucho	Algo	Poco	Nada
<b>Coordinación de Cultura</b>	Profesionales de Gestión cultural		x			
	Estructura sólida		x			
	Infraestructura propia			x		
	Material informativo		x			
	Gestión cultural			x		
<b>Grupos culturales</b>	Variedad	x				
	Calidad		x			
	Contemporaneidad		x			
	Participación interna	x				
	Participación externa	x				
<b>Espacios culturales</b>	Espacios definidos	x				
	Apertura a nuevos espacios	x				
	Calidad de espacios		x			
<b>Herramientas de comunicación</b>	Cartelera	x				
	Página web	x				
	Mailing	x				
<b>Eventos culturales</b>	Suficiente número de eventos	x				
	Calidad eventos		x			
	Temas eventos		x			
	Difusión		x			
	Asistencia	x				

Universidad de las Américas

FICHA DE OBSERVACIÓN SOBRE EDUCACIÓN Y CULTURA						
Tema:		Educación y Cultura				
Área de observación:		Universidad de las Américas				
Lugar:		Quito - Campus				
Individuo:		Docente: Estudiantes: Administrativo: x				
Género:		Masculino: x Femenino:				
Especialización:		Coordinación de clubes				
Fecha de visita:		08/05/2012				
Tiempo de observación:		2 horas				
Variables de observación:		Valoración sobre respuesta de variables				
		Mucho	No mucho	Algo	Poco	Nada
<b>Coordinación de Cultura</b>	Profesionales de Gestión cultural					X
	Estructura sólida				X	
	Infraestructura propia					X
	Material informativo				X	
	Gestión cultural					X
<b>Grupos culturales</b>	Variedad		X			
	Calidad			X		
	Contemporaneidad		X			
	Participación interna			X		
	Participación externa			X		
<b>Espacios culturales</b>	Espacios definidos				X	
	Apertura a nuevos espacios			X		
	Calidad de espacios				X	
<b>Herramientas de comunicación</b>	Carteleras				X	
	Página web				X	
	Mailing				X	
<b>Eventos culturales</b>	Suficiente número de eventos				X	
	Calidad eventos			X		
	Temas eventos			X		
	Difusión			X		
	Asistencia			X		

**Universidad Nacional Autónoma de México DF**

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN SOBRE EDUCACIÓN Y CULTURA</b>						
<b>Tema:</b>		<b>Educación y Cultura</b>				
<b>Área de observación:</b>		<b>Universidad Nacional Autónoma de México</b>				
<b>Lugar:</b>		<b>Portal Coordinación de Difusión Cultural UNAM</b>				
<b>Individuo:</b>		<b>Docente: Estudiantes: Administrativo: x</b>				
<b>Género:</b>		<b>Masculino: Femenino: x</b>				
<b>Especialización:</b>		<b>Coordinación de Difusión Cultural UNAM</b>				
<b>Fecha de visita:</b>		<b>10/05/2012</b>				
<b>Tiempo de observación:</b>		<b>4 horas</b>				
<b>Variables de observación:</b>			<b>Valoración sobre respuesta de variables</b>			
			<b>Mucho</b>	<b>No mucho</b>	<b>Algo</b>	<b>Poco</b>
<b>Coordinación de Cultura</b>	Profesionales de Gestión cultural	<b>x</b>				
	Estructura sólida	<b>x</b>				
	Infraestructura propia	<b>x</b>				
	Material informativo		<b>x</b>			
	Gestión cultural		<b>x</b>			
<b>Grupos culturales</b>	Variedad		<b>x</b>			
	Calidad	<b>x</b>				
	Contemporaneidad	<b>x</b>				
	Participación interna	<b>x</b>				
	Participación externa	<b>x</b>				
<b>Espacios culturales</b>	Espacios definidos	<b>x</b>				
	Apertura a nuevos espacios	<b>x</b>				
	Calidad de espacios	<b>x</b>				
<b>Herramientas de comunicación</b>	Carteleras	<b>x</b>				
	Página web		<b>x</b>			
	Mailing		<b>x</b>			
<b>Eventos culturales</b>	Suficiente número de eventos		<b>x</b>			
	Calidad eventos	<b>x</b>				
	Temas eventos	<b>x</b>				
	Difusión	<b>x</b>				
	Asistencia	<b>x</b>				

Universidad Nacional de Córdoba - Argentina

FICHA DE OBSERVACIÓN SOBRE EDUCACIÓN Y CULTURA						
<b>Tema:</b>		<b>Educación y Cultura</b>				
<b>Área de observación:</b>		<b>Universidad Nacional de Córdoba</b>				
<b>Lugar:</b>		<b>Portal Universidad Nacional de Córdoba / Subsecretaría de Cultura</b>				
<b>Individuo:</b>		<b>Docente: Estudiantes: Administrativo: x</b>				
<b>Género:</b>		<b>Masculino: Femenino: x</b>				
<b>Especialización:</b>		<b>Subsecretaría de Cultura Universidad Nacional de Córdoba</b>				
<b>Fecha de visita:</b>		<b>16/05/2012</b>				
<b>Tiempo de observación:</b>		<b>4 horas</b>				
Variables de observación:		Valoración sobre respuesta de variables				
		Mucho	No mucho	Algo	Poco	Nada
<b>Coordinación de Cultura</b>	Profesionales de Gestión cultural	x				
	Estructura sólida		x			
	Infraestructura propia		x			
	Material informativo	x				
	Gestión cultural	x				
<b>Grupos culturales</b>	Variedad	x				
	Calidad	x				
	Contemporaneidad	x				
	Participación interna	x				
	Participación externa	x				
<b>Espacios culturales</b>	Espacios definidos		x			
	Apertura a nuevos espacios	x				
	Calidad de espacios	x				
<b>Herramientas de comunicación</b>	Carteleras		x			
	Página web	x				
	Mailing	x				
<b>Eventos culturales</b>	Suficiente número de eventos	x				
	Calidad eventos		x			
	Temas eventos		x			
	Difusión	x				
	Asistencia	x				



## **Anexo 6 Entrevista a Economista Carlos Jaramillo**

### **1. ¿Existe algún departamento o estructura organizacional que maneje el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Bueno, las actividades previstas para el desarrollo cultural están reguladas por una comisión de cultura, cuyo objetivo, cuyo presidente es su servidor, esa comisión tiene por objeto fundamentalmente planificar las actividades de todo lo que significa actos culturales, eventos culturales, conseguir el presupuesto necesario para ese desarrollo. Una estructura como un departamento no existe todavía a pesar de que hace algún tiempo había presentado una estructura de un departamento de gestión cultural que canalizaría todo el proceso dentro de una estructura formal de la universidad

### **2. ¿Cuáles son los aspectos fundamentales de desarrollo cultural en los que se enfoca la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Bueno aquí se debe señalar varios aspectos el primero y fundamental es la formación de una comunidad universitaria consciente de sus derechos culturales, que pueda desarrollarse culturalmente en los espacios universitarios, otro aspecto es darnos a conocer a nivel nacional a través de los grupos artísticos universitarios y lograr mayor participación en el ámbito cultural del país. La preocupación de la universidad se enfoca en despertar el interés de los estudiantes por actividades culturales, por ende la universidad se preocupa por realizar eventos y actividades que involucren a los estudiantes y puedan participar los grupos universitarios.

### **3. ¿Qué proyectos se plantea la Universidad Tecnológica Equinoccial en el ámbito cultural?**

La comisión de cultura presenta una planificación anual con las actividades de cada grupo independientemente, adicional detallan dentro de un cronograma varios eventos como es el caso del concurso universitario de

pintura que está próximo y es de gran calidad. En si proyectos no tenemos, pero seguimos trabajando por una buena gestión cultural.

**4. ¿Qué impacto ha tenido la nueva ley de educación superior en el desarrollo cultural de la institución?**

Yo quisiera resaltar aspectos del impacto en el ámbito académico y fundamentalmente en la constitución de docentes que cumplan con todos los condicionamientos de la nueva ley por ahí hemos tenido un poco de problemas, pero en el ámbito cultural hasta este momento seguimos con nuestros proyectos, las autoridades por supuesto continúan apoyando todas las actividades, pero no hemos sentido un grave problema en el desarrollo cultural de la UTE.

**5. ¿Cuáles han sido los logros más trascendentales en la gestión cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Bueno, habría que revisar un poco los archivos pero fundamentalmente la imagen que cultura ha dado a la universidad dentro y fuera ese sería el mayor impacto.

**6. Descríbame sus funciones como principal gestor cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.**

Yo quisiera más bien establecer las principales funciones que nos permiten conseguir los objetivos propuestos, en definitiva el objetivo mayor es conseguir la formación integral de la comunidad universitaria mediante eventos culturales y los eventos no son solamente presentaciones artísticas, no solo eso hay seminarios, conferencias, hay una cantidad de festivales que permiten trascender con la cultura de la universidad hacia su propia comunidad y a la comunidad de afuera.

En cuanto a las funciones específicas en primer lugar es planificar todos los eventos y actividades que se van a desarrollar mes a mes durante un año las mismas que están relacionadas con los cuatro grupos y luego las funciones de la misma comisión, establecer el presupuesto que

corresponde y conseguir la aprobación del presupuesto a través del consejo universitario; algo que es importante también es que la responsabilidad de los directores de los grupos es muy alta es la división de cumplimiento de las actividades que ellos han propuesto durante el año y la ejecución correcta del presupuesto a través de la comisión.

**7. ¿Las actividades que realizan cada facultad son independientes o usted es el filtro para su realización y difusión?**

Por el momento son independientes.

**8. ¿Conoce usted si los estudiantes, docentes y personal administrativo se sienten satisfechos con el desarrollo cultural de la universidad?**

Es conocido al menos a nivel de nuestro país que lamentablemente la cultura no ocupa el lugar que debe tener en el pensamiento y conciencia del pueblo, si nosotros recorremos un poco la historia de nuestro país pues posiblemente la cultura siendo de tal importancia no ha sido rescatada. La cultura tiene un concepto universal y tan amplio como que todo es cultura, las manifestaciones , las manifestaciones individuales, sobre su creencia, la forma de proceder, su conducta su fe, etc., constituyen los elementos que conforman la cultura de un pueblo, lamentablemente al menos en nuestra universidad no siento ese apego que debe tener el estudiante, el profesor, los empleados y trabajadores frente a elementos que crezcan con el, en una función cultural, el crecimiento no es solamente dado a través de su trabajo y de una remuneración que satisfaga necesidades de familia, también es importante el aspecto espiritual y cultural.

## **Anexo 7Entrevista al Licenciado Hernán Pernet**

### **1. ¿Cuáles considera usted los aspectos de mayor importancia en el desarrollo cultural de una institución de educación superior?**

El primer y fundamental comunicar lo que es el espíritu universitario, la esencia de una universidad debe ser transmitido por diversos métodos y diversos canales, y ante todo y sobre todo por los medios de difusión masiva que aproximen al estudiante y a la sociedad a los hechos de la vida universitaria.

Primero, elemental tiene que ser comunicar el espíritu institucional, luego la misión en cualquier universidad que esta sea, es no solo la imagen corporativa, sino la prolongación del aula, la prolongación de la pedagogía a públicos más masivos usando los recursos, las técnicas, las artes, las formas estéticas, fotográficas, cinematográficas, teatrales y musicales que permitan que la sociedad se sienta parte de la estructura universitaria de nuestro país.

### **2. ¿Qué opinión merece el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Deja mucho que desear, yo trabajo ya muchos años en la institución y trataré de ser lo más objetivo e imparcial, puede haber buena intención de uno que otro funcionario ¡que la hay!, puede haber el espíritu de hacer bien las cosas ¡que lo hay!, lo que no hay es planificación, estructura financiera, departamento de cultura, equipo destinado a cumplir estos objetivos. No se pueden hacer las cosas tomando a una sola persona como el actor completo de toda la vida cultural de una gran universidad con miles de estudiantes. ¡Eso es desperdicio de recursos!, improvisación y falta de respeto al hecho cultural como debe ser, y peor aún en una universidad como esta, que intenta ser una universidad de gran relevancia.

**3. ¿Cuáles son los retos que enfrenta la Universidad Tecnológica Equinoccial para lograr una imagen cultural positiva y notoria?**

Muchos y variados. El primero de ellos hacer saber a la comunidad que existe un área, un departamento o un espacio cultural predeterminado con funciones claras, específicas, estudiadas año por año, planificadas con objetividad, financiadas con coherencia, con un equipo de difusión de primera categoría. ¡Eso no hay!, se hacen las cosas a tontas y a locas, al apuro. Segunda cosa tiene la universidad que trabajar en múltiples áreas, no el disparate que estamos haciendo del octavo o del séptimo concurso anual de cultura, se gasta miles de dólares la universidad en eso y sus réditos son relativos; yo mismo he sido juez y curador varios años y puedo dar fe que el producto estético que se está dando no es de calidad y estamos llenándonos por todo lado de muchos cuadros de autores anónimos desconocidos que tampoco se distribuye en la universidad y que es el reflejo de un poco pragmática, objetiva y visionaria acción. Tenemos un grupo de baile maravilloso, tenemos un gran grupo de teatro prácticamente paralizados, que se dan uso en actos excepcionales donde reina más el satisfacer a ciertos funcionarios, a ciertas autoridades en su ego, en su vanidad. ¡No!, ni siquiera el compromiso con la universidad, yo reclamo lo mal que va el área de cultura de la universidad, me siento parte de la universidad, la quiero con el alma he estado tantos años ya, pero cultura no tiene ruta.

**4. Según su criterio ¿cuál es la función de la cultura dentro de una institución educativa?**

Fundamental, sustantiva, vital. La cultura es la sangre del cuerpo universitario, si no hay la cultura no hay nada, porque la cultura es reflejo del espíritu, de la conciencia, del ser, de la inteligencia, de la razón, del sentido común. La expresión cultural en la institución no llega ni siquiera a publicar un libro, aquí lo que se hace es lanzar, pagar el coctel de una

persona ajena a la universidad, para eso son los recursos de la universidad. ¡Yo en ese sentido estoy muy molesto! La universidad no cumple en el área cultural ni siquiera con sus próximos que le han servido con fidelidad, es más para adular a ciertos intereses.

**5. ¿Cómo ve usted a la Universidad Tecnológica Equinoccial frente al resto de universidades nacionales y su desarrollo cultural?**

Puede, quizá algún rato transformarse en una gran universidad, porque si tiene coyuntura, maestros extraordinarios y el espíritu para llegar a ser una gran universidad, pero si este rato hacemos una consulta un sondeo ciudadano respecto a la valoración de las universidades no nos llevamos el Palmarés. Aquí ganan a veces más mérito y más honra universidades más nuevas, que han tenido actuación más destacada, no cito nombres, todos sabemos, sobre todo por la cultura. También hay que resaltar y resaltar que no es una universidad comprometida con los intereses colectivos de la razón, es una universidad interesante, tecnológica que va por buen camino, que tiene buenos ciudadanos; pero la ruta, la luz todavía hace rato es tenue, es baja es opaca cuando debería brillar como el resplandor de los astros.

## **Anexo 8 Entrevista a la Licenciada Cecilia Céspedes**

### **1. ¿Cuál es la función del departamento de relaciones públicas en el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Como ustedes saben el departamento de Relaciones Públicas está en un área de asesor y debería ser asesor en todas las áreas para la universidad, más sin embargo por ejemplo el área de cultura como que se abrió un poco de la propuesta de comunicación y están trabajando espontáneamente e individualmente.

### **2. ¿Qué herramientas comunicacionales son el soporte para el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Nosotros tenemos varias herramientas que estamos manejando actualmente dentro del departamento, más sin embargo el departamento de cultura la herramienta que más utiliza es el correo intranet, ellos vienen cuando están organizando algún evento y solicitan que por favor se mande en correos masivos, eso y las carteleras. Es lo único que actualmente nosotros estamos apoyando para el departamento de cultura. Como departamento de Relaciones públicas manejamos las carteleras, tenemos intranet, tenemos el facebook que lo hemos incorporado ya más o menos lo tenemos un semestre, tenemos el twitter, este rato estamos con el proyecto para salir de un circuito cerrado con las leds de la universidad, estamos manejando como herramienta el face to face, que es el cara a cara con cada una de las autoridades de los departamentos y facultades, para saber que requieren del departamento y a su vez que está ofreciendo el departamento, porque en algunos casos la gente piensa que el departamento de Relaciones Públicas está para que nosotros le apoyemos a salir en los periódicos y para organizar eventos, entonces el trabajo de nosotros va mucho más allá y por eso hemos adoptado esta herramienta face to face, para enseñarles lo que es una dirección de comunicación, para que sirva y luego de eso ver lo que ellos opinan y para que nos requieran.

**- ¿Cuál es el uso que le da el departamento de Relaciones Públicas en cuento a Revista Campus, Radio UTE y TV UTE?**

El periódico Campus es otra herramienta oficial que tenemos, dentro de la radio y la televisión fueron creadas más que para uso del departamento, es para la facultad de Ciencias sociales y para sus estudiantes, más sin embargo como podríamos desaprovechar una herramienta tan importante, entonces hemos hablado con la facultad y vamos a entrelazar las noticias que tenemos nosotros dentro de los noticieros que ellos tienen y ahí va a funcionar la red que estamos conversando de las leds con comunicación, justamente esas leds van a dar información de todo lo que se está realizando en esta universidad, para que dejemos de manejarnos un poco de lo que ha crecido la universidad como isla y ya todos estemos informados de todo lo que está sucediendo, tratamos de unificar las dos herramientas que tenemos, porque nosotros por ejemplo para el área administrativa manejamos el público interno, manejamos muy bien el intranet y lo hemos posicionado muy bien, para el lado de los chicos estamos posicionando muy bien facebook, ya tenemos un community manager que está trabajando con nosotros, pero para ya integrar las dos herramientas nos serviría muchísimo el circuito cerrado. Esperemos que eso nos ayude a posicionar mejor la parte comunicacional del departamento.

**3. ¿El departamento de Relaciones Públicas trabaja en conjunto con el Economista Carlos Jaramillo a favor del desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Nosotros creemos como departamento de Relaciones Públicas que el desarrollo cultural de la universidad es importantísimo y ha dado grandes pasos, ya nos conocen a través, no solo del deporte sino también por la cultura. Posicionados en la parte del deporte es perfecta; la parte cultural también, tenemos el coro, tenemos el teatro, tenemos la parte de pintura.



Bueno, ya hemos caminado mucho, pero les digo francamente ese posicionamiento lo tienen gracias a la marca UTE, a la imagen de la Universidad Tecnológica, más no a un desarrollo entrelazado con el departamento de Relaciones Públicas. Les ampara ese gran paraguas que es la marca UTE, para sobresalir en el ámbito cultural, eso no quiere decir que necesiten de una parte comunicacional dentro de lo que es el departamento de cultura, que debe integrarse al departamento de Relaciones Públicas, si quieren a lo mejor una persona que se encargue de las Relaciones Públicas del Área Cultural de la universidad es necesario que venga a engranar con toda la planificación del departamento de Relaciones Públicas, no podemos concebir que tengamos una persona que maneje Relaciones Públicas por una parte, otra por otro lado, ya que todo debe tener un engranaje dentro de la planificación como departamento.

**4. ¿Cuál es su opinión acerca del desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial?**

Como te decía es muy bueno, ha desarrollado últimamente mucho, como vuelvo y lo repito el paraguas UTE nos ha amparado muchas cosas, eso no quiere decir que no nos falte trabajo por hacer y sobre todo en el área cultural, sin embargo todavía falta.

## **Anexo 6 Contrapropuesta Proyecto Departamento de Gestión Cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.**

### **Departamento de Gestión Cultural Proyecto de Creación**

Es fundamental que una institución de educación superior busque procesos que favorezcan el desarrollo del arte y la cultura como herramientas que consoliden la formación de profesionales, considerando a la cultura como un elemento fundamental para el desarrollo de una sociedad y su calidad de vida.

Las instituciones de educación superior lideran la producción y difusión de la cultura, dentro de sus instalaciones la acción principal de la comunidad universitaria es interactuar, aprender y crear, por esta razón es esencial que la institución sea el espacio adecuado para su desarrollo holístico, compartiendo contenidos de interés y enriquecimiento, brindando espacios suficientes para que la comunidad universitaria sea participe de actividades culturales.

Es importante considerar que el desarrollo cultural no solo obedece a una necesidad sino también a leyes que amparan y respaldan su cumplimiento, por ende es obligación de las instituciones que integran el Sistema de Educación Superior Ecuatoriano, respetar las disposiciones de las leyes correspondientes y contribuir activamente al desarrollo cultural de la sociedad.

El contar con una estructura sólida que garantice el desarrollo cultural es indispensable en una institución de educación superior, permitiendo que toda acción y contenido cultural sea respaldado por un equipo de profesionales que aúnan esfuerzos y planifican la gestión cultural de la institución para alcanzar todos sus objetivos planteados. Todo proceso cultural tiene formas comunicativas para consolidarse como un hecho cultural por esta razón es indispensable que la comunicación se dé por medios eficaces y los contenidos generados sean de interés para la sociedad.

Al ser la cultura un tema amplio es importante considerar a investigación un factor indispensable que permite que el desarrollo cultural sea un hecho sostenible, viable y permanente, siendo la base para formular futuras acciones y eventos culturales.

### **Delimitación**

Factor Espacial:	<u>Universidad Tecnológica Equinoccial</u> Campus Matriz Quito Apoyo a: Campus Santo Domingo y Campus Salinas Entorno social de influencia
Factor Clarificación:	Gestión y desarrollo Cultural
Factor Cualidad:	La cultura como factor de desarrollo personal y social de la comunidad de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
Factor Cantidad:	Comunidad Universitaria UTE y Comunidad del entorno de influencia

### **Objetivos**

- a)** Implementar una estructura sólida que se preocupe del desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- b)** Desarrollar políticas culturales en concordancia con la ley de Educación Superior, tendientes a propiciar la formación integral de la comunidad universitaria.

- c) Impulsar la producción y difusión de acciones culturales dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- d) Diversificar la oferta cultural para la comunidad universitaria.
- e) Impulsar las diversas actividades de producción y difusión cultural que desarrollan los integrantes de la comunidad universitaria para la sociedad.
- f) Contribuir con el desarrollo de la comunidad universitaria por medio del fortalecimiento de la identidad y respeto a sus derechos culturales.
- g) Fortalecer la filosofía institucional, mediante la inclusión de la cultura como elemento esencial en la formación integral de la comunidad de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

### **Funciones**

El departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial tiene como funciones:

- a. Elaborar el plan general de trabajo anual del Departamento y someterlo a la aprobación de las autoridades universitarias.
- b. Coordinar con los departamentos y facultades académicas el diseño y ejecución de planes, programas y proyectos culturales.
- c. Promover propuestas y convenios de cooperación interinstitucional con organismos culturales a nivel local, nacional e internacional.
- d. Administrar los recursos destinados para el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- e. Gestionar nuevos espacios para el desarrollo de actividades culturales dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- f. Representar a la institución ante organismos similares y en eventos culturales.
- g. Coordinar con las autoridades académicas y administrativas el desarrollo de las actividades culturales planificadas.
- h. Difusión de acciones y actividades culturales.

- i. Seguimiento de todas las acciones y actividades culturales.
- j. Impulsar la vinculación de la comunidad universitaria al desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- k. Generar contenido de interés cultural para la comunidad universitaria.
- l. Cumplir con lo establecido en el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional en lo referente al desarrollo del arte y la cultura.
- m. Presentar a las autoridades universitarias un informe en el que se evaluará las metas cumplidas, las dificultades que hayan impedido su mejor cumplimiento del plan anual.

### **Recursos Básicos**

Para cumplir las funciones y actividades propuestas se requieren los siguientes medios básicos, mismos que consideran la realidad institucional

#### **Recursos Humanos:**

- 1 Director (Profesional en el ámbito de la Gestión Cultural)
- 1 Asistente (Profesional en el ámbito de la Gestión Cultural)
- 1 Director del Coro Polifónico (existente)
- 1 Director del Grupo de Artes Escénicas (existente)
- 1 Director Estudiantina (existente)
- 1 Director de Artes Plásticas, previa creación del Grupo (por nombrarse)
- 1 Director del grupo de Fotografía, previa creación del Grupo (por nombrarse)
- 1 Director del grupo de Ajedrez, previa creación del Grupo (por nombrarse)
- 1 Director del grupo de Cine Fórum, previa creación del Grupo (por nombrarse)

**Recursos Físicos:**

- 1 Oficina Departamento de Cultura.
- 1 Estación Director
- 1 Estación Asistente
- 1 Estación para directores de grupos culturales
- 1 Mesa de sesiones
- 6 Sillas sesiones
- 3 Archivadores (Existentes)

Espacio físico válido para desarrollar las actividades y funciones mencionadas.

Grupo de Danza: Se requiere un guardarropa apto para mantener el vestuario adquirido. En lo referente al espacio es necesario buscar un lugar que le permita llevar a cabo los ensayos ininterrumpidamente.

Grupo Musical (Estudiantina): Las actividades que desarrolla este grupo especialmente para ensayos y desarrollo interno de sus integrantes requieren de un espacio que cumpla los requerimientos básicos, puesto que el actual es limitado.

Coro Polifónico:	El actual espacio es totalmente apto para sus actividades; puesto que, la Capilla UTE, cumple con los requerimientos básicos desarrollar sus ensayos.
Artes Escénicas (Teatro):	El espacio físico en el cual desarrollan sus ensayos y presentaciones es totalmente apto en instalaciones; sin embargo se necesitan espacios adicionales de guardarropas.
Artes plásticas:	Grupo cultural a crearse. En lo referente al recurso físico se coordinará con la Facultad de Arquitectura, Artes y Diseño, para ocupar sus talleres en los horarios que no prestan su servicio.
Fotografía	Grupo cultural a crearse. En lo referente al recurso físico se coordinará el trabajo en un aula que servirá como laboratorio fotográfico.
Ajedrez	Grupo cultural a crearse. En lo referente al recurso físico se coordinará el trabajo en un aula que servirá para impartir técnicas y sesiones de juego. Entrega de tableros y piezas, material bibliográfico e infocus.

Cine Fórum

Grupo cultural a crearse. En lo referente al recurso físico se coordinará el trabajo en un aula que servirá para revisar material cinematográfico y bibliográfico. Entrega de infocus.

### **Recursos Técnicos:**

De conformidad a las actividades aprobadas y financiadas con el presupuesto anual.

1 Computadora para asistente del departamento de cultura

1 Computadora adicional, para uso de los directores del grupo

1 Impresora

1 Scanner

Adquisición de bibliografía referente a gestión y desarrollo cultural.

### **Recursos Económicos**

1. Presupuestarios: De conformidad a la realidad institucional se presentará la planificación de actividades, requerimientos técnicos, físicos y humanos. Aprobadas estas actividades serán sometidas al análisis correspondiente y su aprobación presupuestaria.
2. Autogestión: Se efectuarán las acciones necesarias, con la finalidad de conseguir auspicios de instituciones públicas y privadas internas y del exterior.



### **Estructura:**

Se propone la conformación de un Consejo de Gestión Cultural, cuyas funciones se relaciona, principalmente con la determinación de las políticas culturales de la Universidad Tecnológica Equinoccial

El Consejo de Gestión Cultural estaría conformado por:

- Rector Msc. José Julio Cevallos
- Vicerrector General Académico Ing. Lourdes Armendariz
- Canciller Dr. Álvaro Trueba Barahona
- Directora (E) de Relaciones Públicas Lcda. Cecilia Céspedes Pardo
- Director del Departamento del Docente Eco. Carlos Jaramillo Porras
- Presidenta de la FEDEUTE Andrea Pesantez y al Secretario General Dr. Vicente Arcos Zapata.

## **Anexo 70 Reglamento del Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial**

### **CAPÍTULO I**

#### **DE LA NATURALEZA Y SUS FINES**

**Art. 1.-** El Departamento de Cultura es un organismo de promoción, difusión, rescate y desarrollo del Arte y la Cultura, adscrito a la Universidad Tecnológica Equinoccial; tiene por objeto:

- a.** Impulsar la producción y difusión de acciones culturales dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- b.** Diversificar la oferta cultural para la comunidad universitaria.
- c.** Impulsar las diversas actividades de producción y difusión cultural que desarrollan los integrantes de la comunidad universitaria para la sociedad.
- d.** Contribuir con el desarrollo de la comunidad universitaria por medio del fortalecimiento de la identidad y respeto a sus derechos culturales.
- e.** Fortalecer la filosofía institucional, mediante la inclusión de la cultura como elemento esencial en la formación integral de la comunidad de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

**Art. 2.- El Consejo de Gestión Cultural estará conformado por:** Rector(a), Vicerrector(a) General Académico, Canciller, Director(a) de Relaciones Públicas, Director(a) del Departamento del Docente, Presidente(a) de la FEDEUTE, Director Centro de Arte y al Secretario(a) General.

El Consejo de Gestión Cultural se reunirá de manera ordinaria mensualmente y son sus atribuciones:

- a.** Proponer políticas culturales de la Universidad.
- b.** Recomendar programas y proyectos culturales.

- c. Conocer y aprobar el proyecto anual, y;
- d. Evaluar el cumplimiento del plan de trabajo.

**Art. 3.-** El Departamento de Cultura de la Universidad Tecnológica Equinoccial estará dirigido por un profesional con formación académica y de experiencia en gestión cultural universitaria. Será designado por el Consejo de Gestión Cultural; ejercerá sus funciones a tiempo completo por un período de dos años, pudiendo ser ratificado.

**Art. 4.-** Para ser Director del Departamento de Cultura de la Universidad, se requiere:

- a. Ser ecuatoriano o extranjero que haya legalizado su permanencia en el país.
- b. Poseer título universitario y publicaciones de creaciones artísticas y culturales de trascendencia nacional.
- c. Tener experiencia por lo menos de cinco años en gestión cultural universitaria.

**Art. 5.** Es deber del Departamento realizar la planificación general. La ejecución y evaluación de las actividades culturales.

**Art. 6.** A pedido del departamento se podrá contratar personal temporal para apoyo o eventos científicos.

**Art. 7.** Funciones que corresponden al departamento:

- a. Coordinar con los departamentos y facultades académicas el diseño y ejecución de planes, programas y proyectos culturales.
- b. Promover propuestas y convenios de cooperación interinstitucional con organismos culturales a nivel local, nacional e internacional.
- c. Administrar los recursos destinados para el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

- d. Gestionar nuevos espacios para el desarrollo de actividades culturales dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- e. Representar a la institución ante organismos similares y en eventos culturales.
- f. Coordinar con las autoridades académicas y administrativas el desarrollo de las actividades culturales planificadas.
- g. Difusión de acciones y actividades culturales.
- h. Seguimiento de todas las acciones y actividades culturales.
- i. Impulsar la vinculación de la comunidad universitaria al desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- j. Generar contenido de interés cultural para la comunidad universitaria.
- k. Cumplir con lo establecido en el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional en lo referente al desarrollo del arte y la cultura.
- l. Presentar a las autoridades universitarias un informe en el que se evaluará las metas cumplidas, las dificultades que hayan impedido su mejor cumplimiento del plan anual.

**Art. 8.** El Departamento de Cultura se financiará tomando en consideración el presupuesto que para el efecto se asigne a un departamento que se encargue de la gestión cultural de la institución en concordancia a la Ley de Educación Superior y las acciones de autogestión que se realicen.

**CERTIFICO:** Que el presente reglamento fue aprobado por el Consejo de Gestión Cultural.

## **Anexo 81 Misión y visión Departamento de Cultura.**

### **Misión**

Promover y gestionar el desarrollo cultural de la Universidad Tecnológica Equinoccial, reconociendo la diversidad e identidad de los miembros de la comunidad universitaria.

### **Visión**

Lograr que la Universidad Tecnológica Equinoccial sea reconocida por gestión y aporte cultural a la comunidad universitaria y sociedad ecuatoriana.

## **Anexo 9 Syllabus Modelo para grupos culturales.**

### **I. IDENTIFICACIÓN**

MATERIA: Cine Fórum

PROFESOR: Por confirmar

PARALELO: Por confirmar

CORREO: Por confirmar

### **II. DESCRIPCIÓN**

El Club de Cine Fórum de la UTE pretende ser un espacio donde se pueda descubrir al hecho cinematográfico como una propuesta de expresión artística, la misma que tiene un lenguaje propio que habrá que aprender a decodificar para no quedarse sólo en su comprensión sino poder llegar a la valoración estética. Como todo lenguaje será importante tener una visión clara de sus géneros, movimientos, estilos, y de los momentos importantes de su evolución, con los aportes de los creadores de este arte. Además le interesa al club que este brinde las herramientas para poder alcanzar la lectura crítica de las diversas propuestas cinematográficas, lectura que no puede dejar de lado la conversación, el intento de escucha de las distintas y ricas culturas que el cine aporta; diálogo entre ellas y con la propia cultura del espectador. Descubrir desde aquí, la importancia del espectador en la realidad del cine. Cada 15 días a lo largo del semestre los estudiantes podrán tener un encuentro cercano con la historia y hechos cinematográficos.

### **III. OBJETIVOS**

#### **Generales:**

Al terminar el curso, el estudiante estará en capacidad de:

1. Entender el concepto de cine como expresión artística.
2. Comprender el lenguaje cinematográfico, y realizar análisis críticos a partir de apreciaciones propias fundamentadas en conceptos lógicos y científicos.
3. Apreciar una obra cinematográfica en toda su complejidad.

#### **Específicos o de unidad temática:**

Al terminar el curso, el estudiante estará en capacidad de:

1. Conocer conceptos básicos de lo que es el lenguaje cinematográfico.
2. Diferenciar entre géneros, movimientos y estilos de cine.
3. Ampliar sus conocimientos sobre pioneros del cine, sus grandes exponentes en sus distintos géneros.
4. Tendencias del cine actual y comportamiento de los nuevos espectadores, lo que se espera del cine en el futuro y su probable proyección a futuro.

### **IV. METODOLOGÍA**

Enseñanza Teórico – Práctica sobre el cine, su concepto y apreciación; lenguaje cinematográfico, predecesores, inicios del cine, su evolución, géneros, movimientos, análisis crítico

El tipo de metodología a aplicarse será:

- Realizar conferencias audiovisuales intercalando la temática entre conceptos y técnicas de cine y filmografía de acuerdo al desarrollo de las cátedras, se

elaborarán investigaciones y consultas para ampliar los conocimientos aprendidos en clase.

- Al final de cada clase y tras finalizar con las películas escogidas se realizarán dinámicas grupales, para comentar y dialogar la película incorporando los conceptos aprendidos y buscar aportar conocimientos desde las distintas perspectivas y apreciaciones que se pueda tener del grupo de estudiantes. Se recopilará la información de cada clase en fichas técnicas.

## V. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Para aprobar la materia el alumno deberá tener una asistencia mínima de un 80% y un desempeño mínimo del 70%.

<b>INSTRUMENTO</b>	<b>%</b>	<b>MODALIDAD</b>	<b>COMPONENTE</b>
<b>CÁTEDRA 1</b>	20	Evaluación teórica y práctica	1. La parte teórica se evaluará con prueba en clase, investigaciones y consultas
			2. La parte práctica se evaluará: con participación en clase y el análisis por escritos de las películas escogidas.
<b>CÁTEDRA 2</b>	25	Evaluación teórica y práctica	1. La parte teórica se evaluará con prueba en clase, investigaciones y consultas
			2. La parte práctica se evaluará: con participación en clase y el análisis por escritos de las películas escogidas.
<b>CONTROLES</b>	25	Evaluación teórica y práctica	1. La parte teórica se evaluará con prueba en clase, investigaciones y consultas
			2. La parte práctica se evaluará: con participación en clase y el análisis por escritos de las películas escogidas.
<b>EXAMEN FINAL</b>	30	Evaluación teórica y práctica	La parte teórica se evaluará con una prueba sobre los conocimientos aprendidos a lo largo del semestre
			Análisis y exposición sobre película escogido aplicando los conceptos definiciones y criterios aprendidos



## VI. DESARROLLO SECUENCIAL DEL CURSO

FECHA	TEMA	ACTIVIDAD	OTROS
Por confirmar	1. Introducción de la clase. Prehistoria y nacimiento del cine	Presentación del programa, sistema de evaluación, sociabilización con el grupo de estudiantes. Conferencia con apoyo audiovisual sobre los predecesores y orígenes del cine	Consulta biografía de Edward Muybridge
Por confirmar	2. Lenguaje cinematográfico	Conferencia con apoyo audiovisual sobre el lenguaje cinematográfico: planos, escenas, secuencias, movimientos de cámara, dinámica del cine.	Contabilizar el número y tipos de planos en una secuencia de una película escogida en el momento
Por confirmar	3. Edward Muybridge predecesor y Pioneros del cine: Porter, Edison, Lumiere	Visualización de filmes y foro sobre los temas	Biografía de los hermanos Lumiere
Por confirmar	4. Pioneros europeos: Walter Haggar, R.W. Paul	Visualización de filmes y foro sobre los temas	
Por confirmar	5. Experimentación y descubrimientos: PatheFrerés, Edwin Porter y Ferdinand Zecca	Visualización de filmes y foro sobre los temas	Análisis de 3 cortos: Arribo del tren, El beso de Maylrwin, El gran robo del tren. Análisis de planos, tipos de planos, movimientos de cámara, interpretaciones, iluminación.
Por confirmar	6. Toma de Cátedra 1 Los géneros movimientos y estilos	Prueba en clase sobre lo aprendido hasta el momento. Documental sobre los géneros, movimientos y estilos	Consulta sobre la historia y evolución de los géneros

Por confirmar	<b>7.</b> George Melies y el cine fantástico	Visualización de filmes y foro sobre los temas	Consulta: Vida y obra de George Meliés Análisis corto el eclipse
Por confirmar	<b>8.</b> El cine cómico norteamericano Keaton Chaplin primeras películas	Visualización de filmes y foro	Consulta: Biografía de Charles Chaplin
Por confirmar	<b>9.</b> Charles Chaplin y sus principales obras	Observación y análisis película TheKid	Análisis película de Chaplin: El gran Dictador
Por confirmar	<b>10.</b> Tomar Cátedra 2 y El cine mudo alemán, inicio del expresionismo: Murnau , Lang	Rendición de prueba y Observación y foro sobre la película El primero de Murnau	Análisis película: Nosferatu de Murnau
Por confirmar	<b>11.</b> El cine mudo ruso inicio del subjetivismo: Eisenstein	Observación y foro película el acorazado Potemkin	Consulta sobre los experimentos de Kulechov
Por confirmar	<b>12.</b> Los inicios del cine sonoro	Documental sobre evolución tecnológica del cine desde sus inicios hasta el presente	Análisis película: el cantante de jazz
Por confirmar	<b>13.</b> El cine negro norteamericano	Observación y análisis del tercer hombre	Consulta sobre biografía y filmografía de Orson Wells
Por confirmar	<b>14.</b> El neorrealismo italiano	Observación y análisis El ladrón de bicicletas	<b>Trabajo de control</b> análisis y exposición de película escogida dentro de los géneros estudiados
Por confirmar	<b>15.</b> La nueva ola francesa	Observación y análisis De A Band Apart	Biografía de Jean LucGodard
Por confirmar	<b>16.</b> El cine surrealista David Lynch	Observación y análisis película Blue Velvet	Exposición grupal sobre película escogida por cada alumno para examen final

## **VIII. OBSERVACIONES GENERALES:**

1. El estudiante no podrá ingresar si tiene un retraso de 10 minutos.
2. Se exige al estudiante honestidad tanto en las evaluaciones como en la redacción de sus trabajos. La copia, la inadecuada citación de las fuentes consultadas y el plagio son actividades graves que serán sancionadas con la pérdida de la materia.
3. Al asistir a clases el estudiante se compromete a respetar las intervenciones de todos los compañeros y las normas de disciplina.

El/la estudiante conoce y acepta las normativas que estipulan el reglamento de la UTE y estudiante vigentes.

## Anexo 103 Convocatoria para conformación grupos culturales



es momento  
que pongas  
a prueba  
tu pasión

Si te gusta

- el ajedrez,
- cine
- fórum
- fotografía
- artes plásticas

te invitamos a formar parte  
de nuestros grupos.

**CULTURA**  
UTE

Cercos Güerri, Burgoela 934-150 y Guizenda  
Tel: 939 01 3900 800 Ext. 330  
[www.ute.edu.es](http://www.ute.edu.es), [cultura@ute.edu.es](mailto:cultura@ute.edu.es)



Anexo 114 Convocatoria Demos Vida a nuestra cultura.

DEMOS  
VIDA A  
NUESTRA  
**CULTURA**  
UTE

Invitemos a los  
estudiantes de la  
carrera diseño  
publicitario a participar  
en la propuesta de  
imagen de los grupos de  
culturales de la  
universidad tecnológica  
equinoccial.

para conocer las bases del concurso acercarse a la secretaria de la facultad de ciencias sociales y comunicación

**CULTURA**  
UTE

Campus Suito: Borgeois 134102 y Donipamba  
Telf: +593 011 2300 800 Ext: 230  
[www.ute.edu.ec](http://www.ute.edu.ec), [cultura@ute.edu.ec](mailto:cultura@ute.edu.ec)

Anexo 125 Diseño de papelería tarjetas de presentación y proformas.

