

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE QUITO**

**CARRERA:**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:**  
**LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**  
**DISEÑO METODOLÓGICO PARA GENERAR UNA COMUNIDAD VIRTUAL**  
**DE GRADUADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL – UPS**

**AUTORES:**  
**ESTEFANÍA ALEJANDRA CEVALLOS PUMA**  
**CARLOS JAVIER TAMAYO RUIZ**

**TUTORA:**  
**PATRICIA SOFÍA VILLAGÓMEZ RODRÍGUEZ**

**Quito, marzo del 2018**

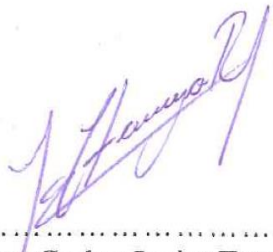
## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Nosotros, ESTEFANÍA ALEJANDRA CEVALLOS PUMA y CARLOS JAVIER TAMAYO RUIZ, con documentos de identificación N° 1721710810 y N° 1722462247, manifestamos nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del trabajo de grado/titulación intitulado: "DISEÑO METODOLÓGICO PARA GENERAR UNA COMUNIDAD VIRTUAL DE GRADUADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL – UPS", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciados en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



.....  
Nombre: Estefanía Alejandra Cevallos Puma  
Cédula: 1721710810  
Fecha: Marzo del 2018



.....  
Nombre: Carlos Javier Tamayo Ruiz  
Cédula: 1722462247  
Fecha: Marzo del 2018

## DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR/A

Yo, PATRICIA SOFÍA VILLAGÓMEZ RODRÍGUEZ declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el producto editorial, Diseño metodológico para generar una comunidad virtual de graduados en Comunicación Social – UPS, realizado por ESTEFANÍA ALEJANDRA CEVALLOS PUMA y CARLOS JAVIER TAMAYO RUIZ, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, marzo del 2018



Patricia Sofía Villagómez Rodríguez  
1715492425

## **Dedicatoria**

A Dios por darme sabiduría, salud y guiarme cada día durante este tiempo en mis estudios para cumplir esta meta. A mis padres, Henry y Nancy, por brindarme su amor, apoyo incondicional, sus consejos, sobre todo por luchar siempre y nunca rendirse ante cualquier circunstancia. Nunca olviden que yo valoro mucho lo que hacen por mí. Los amo.

Mi hermano, Daniel, por su cariño, por enseñarme a no detenerme y hacer las cosas correctamente. Te admiro y estoy muy orgullosa de ti.

**Estefanía**

En primer lugar, quiero dedicar este trabajo a mi padre, Carlos, la persona más importante que existe; gracias a él supe que con esfuerzo, constancia y perseverancia se logran los objetivos. Sin su apoyo todo esto no hubiera sido posible, su energía positiva e incondicionalidad son mi mejor remedio ante cualquier adversidad. En segundo lugar, a mi madre, Cita, la luz que guía mi camino, el ángel que me protege y acompaña; lo que hoy estoy viviendo es por ti y para ti, tus palabras y enseñanzas me hicieron una persona luchadora, con personalidad y criterio.

**¡LOS AMO CON TODO MI CORAZÓN!**

**Carlos**

## **Agradecimiento**

Primero, a la Universidad Politécnica Salesiana por ser una institución educativa comprometida con la formación de profesionales calificados y seres humanos con valores ético-morales. Segundo, a la Carrera de Comunicación Social con sus docentes por manejar contenidos teóricos-prácticos esenciales para nuestro óptimo desenvolvimiento en el campo laboral, con lo cual nos sentimos orgullosos de tan honorable carrera.

A los docentes Narcisa Medranda, Mauro Ruiz y Roberto Carlos Rosero, por contribuir con sus observaciones y conocimientos para la mejora y correcta presentación de esta investigación.

De manera especial agradecemos a nuestra tutora, Patricia Villagómez, ya que su guía, dedicación, consejos y profesionalismo, fueron vitales para que este trabajo tenga los resultados esperados.

**Estefanía Cevallos – Carlos Tamayo**

## Índice de contenido

1. Introducción.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Justificación.....	1
1.3 Objetivos.....	4
2. Metodología.....	5
3. Resultados.....	7
3.1 Bolsa de empleo.....	8
3.1.1 Propuesta para elaborar una bolsa de empleo en el sitio web.....	8
3.1.2 Formato y estructura.....	10
3.1.3 Contenido.....	13
3.1.4 Estrategias para vincular empleadores y profesionales.....	18
3.2 Educación continua.....	21
3.2.1 Educación y Formación.....	21
3.2.2 Espacios no formales de educación.....	22
3.2.3 Constructivismo.....	22
3.2.4 Trabajo colaborativo y cooperativo.....	23
3.3 Emprendimientos.....	24
3.4 Exposiciones virtuales.....	24
4. Conclusiones.....	27
5. Referencias bibliográficas.....	29

## **Índice de cuadros**

Cuadro 1: Sector económico al que pertenece cada empresa, institución u organización.....	34
Cuadro 2: Beneficios y servicios que se le otorga al afiliado (IESS).....	36
Cuadro 3: Resultados y valoración sobre el crecimiento personal del comunicador en el ámbito laboral.....	38
Cuadro 4: Resultados sobre la experiencia y conocimiento que tiene el comunicador para ocupar un determinado cargo.....	38
Cuadro 5: Resultados donde muestra si la práctica profesional corresponde a la formación académica.....	39
Cuadro 6: Resultados sobre el uso de habilidades aprendidas en el campo laboral.....	39
Cuadro 7: Resumen de valoración de puestos donde se desempeñan los comunicadores.....	41

## Índice de anexos informativos

1.1 Tipo de empresa, organización o institución en la que trabaja.....	32
1.2 Tipo de empresa, organización o institución en la que trabaja (otro).....	33
1.3 ¿Cuál es el sector económico al que se dedica la Empresa, Organización o Institución en la que trabajas?.....	33
1.4 ¿A qué nivel pertenece el cargo que ocupas en la empresa, organización o institución donde trabajas?.....	34
1.5 ¿Consideras que en tu trabajo actual aplicas la profesión en la que te titulaste?.....	34
1.6 Empleo, contrato, afiliación y beneficios.....	35
1.7 Remuneración.....	37
1.8 Desarrollo personal, laboral y profesional.....	37
1.9 Crecimiento personal.....	37
1.10 Estatus laboral.....	38
1.11 Práctica profesional acorde a la formación académica.....	39
1.12 Uso de habilidades aprendidas.....	39
1.13 Estabilidad laboral.....	40



## Índice de anexos numéricos

Anexo 1. Graduados que participaron en el focus group.....	45
Anexo 2. Entrevista Vanessa Vanegas – Educación Continua.....	45
Anexo 3. Tipo de empresa, organización o institución en la que trabaja.....	49
Anexo 4. Tabla del sector económico al que se dedica la Empresa, Organización o Institución en la que trabaja el comunicador.....	49
Anexo 5. ¿A qué nivel pertenece el cargo que ocupas en la empresa, organización o institución donde trabajas?.....	49
Anexo 6. Crecimiento profesional basado en la aplicación o no de los conocimientos impartidos por la universidad.....	49
Anexo 7. Cantidad de personas afiliadas y no afiliadas al IESS.....	50
Anexo 8. Personas que tienen seguro privado (atención médica).....	50
Anexo 9. Rango en el cual encaja la remuneración que recibe un comunicador.....	50
Anexo 10. Grado de conformidad del profesional según su remuneración.....	50
Anexo 11. Estabilidad laboral.....	50
Anexo 12. Cuadros generales-específicos.....	51
Anexos 13 y 14. Especificación de ofertas laborales según el área establecida (Educación, Docencia e Investigación y Comunicación).....	51
Anexos 15 y 16. Especificación de ofertas laborales según el área establecida (Tecnología, Sistemas y Telecomunicaciones, Diseño).....	53
Anexos 17 y 18. Especificación de ofertas laborales según el área establecida (Comunicación, Relaciones Institucionales y Públicas, Oficios y otros).....	54
Anexo 19. Sitios Web (Computrabajo, Jobrapido, Opción Empleo) e Institución Pública (Red Socio Empleo).....	56

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación cumple con el objetivo principal de diseñar una metodología para generar la comunidad virtual de graduados en Comunicación Social – UPS. En este contexto, el análisis de la información suministrada por la Secretaría Académica de Comunicación en torno a: perfil académico-profesional de los graduados, inserción laboral y, vinculación-seguimiento entre institución y estudiantes, aporta en la construcción sistemática y metódica del diseño metodológico. Esto, con la finalidad de crear una comunidad virtual que solvete las inquietudes y necesidades de los graduados de la carrera, principalmente en lo concerniente a empleabilidad, poniendo en evidencia la capacidad académica y competitiva del comunicador.

La estructura que compone al diseño metodológico es la siguiente: bolsa de empleo, educación continua y exposiciones virtuales; el primer punto se sustenta en ofertas laborales, perfiles de requerimiento, postulación a empleos y búsqueda informativa; el segundo punto trabaja en los proyectos de formación, capacitación y vinculación con la sociedad (dando prioridad a la participación deliberada-activa de los graduados de la carrera); el último punto muestra el compromiso que tiene la Carrera de Comunicación con el arte y la cultura, donde se aprovecha el talento de los comunicadores a través de la producción multimedia, audiovisual y sonora.

**Palabras clave:** Comunicación, diseño metodológico, comunidad virtual, graduados y multimedia.

## **Abstract**

This research work fulfills the main objective of designing a methodology to generate the virtual community of graduates in Social communication – UPS. In this context, the analysis of the information provided by the Academic Secretariat of Communication around: academic-professional profile of graduates, employment insertion and, linkage-follow-up between institutions and students, contributes in the systematic and methodical construction of methodological design. This, in order to create a virtual community that solvent the concerns and needs of the graduates of the career, mainly in regard to employability, highlighting the academic and competitive capacity of the communicator. The structure that makes up the methodological design is as follows: employment exchange, continuing education and virtual exhibitions; the first point is based on job offers, requirements profiles, job application and information search; the second point works in the projects of formation, training and linkage with the society (giving priority to the deliberate-active participation of the graduates of the career); the last point shows the commitment of the career of Communication with art and culture, which takes advantage of the talent of communicators through multimedia, audiovisual and sound production.

**Key words:** Communication, methodological design, virtual community, graduates and multimedia.

## **1. Introducción**

### **1.1 Antecedentes:**

En el año 2015, el estudiante Stalin Cisneros propone como trabajo de titulación una “Investigación sobre la inserción laboral de los egresados de la Universidad Politécnica Salesiana Carrera de Comunicación Social dentro de los últimos 2 años en la ciudad de Quito, Ecuador”, dicho trabajo propone una planificación sistemática para la creación, ejecución y utilización de la bolsa de empleo institucional; además, señala una serie de políticas que buscan el cumplimiento cabal y responsable de los servicios que ofrecerá esta plataforma virtual (bolsa de empleo), por ejemplo: registro de datos, acceso gratuito, redes de sociabilización y ofertas laborales actualizadas.

Se considera a este trabajo como un antecesor puesto que considera aspectos esenciales como: situación laboral para comunicadores, planificación-diseño de una bolsa de empleo y las estrategias necesarias para que profesionales y empleadores mantengan vínculos comprometidos con el beneficio común.

### **1.2 Justificación:**

El diseño metodológico viabiliza la generación de una comunidad virtual, el cual se representa en un manual de apoyo de fácil manejo para que su implementación sea en el menor corto plazo; esto, con la finalidad de favorecer la ejecución del producto final (sitio web). Además, a través del sitio web se propicia la participación de los graduados de la Carrera de Comunicación Social favoreciendo el acceso a información oportuna sobre las ofertas laborales que provienen del sector público y privado, aporta además con mayor interactividad entre profesionales (usuarios) y empleadores mediante el uso de estrategias

de vinculación (redes sociales) y, fomenta el grado de participación entre usuarios para la resolución de problemas comunes (oportunidad laboral).

Es importante partir de un diseño metodológico ya que “su función es seleccionar de forma óptima los mensajes que van a divulgar en la campaña y los medios que los van a sustentar” (Soria, 2015, p.41).

El diseño de la metodología implica la creación de una serie de estrategias y herramientas que facilitan la realización de un manual que acompaña este informe con la intención de que con su aplicación la comunidad virtual pueda plasmarse.

Como se ha dicho anteriormente el diseño de la comunidad virtual permitirá que los graduados en Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana tengan un espacio de vinculación y participación dinámica e instructiva, fortaleciendo el sentido de pertenencia a partir del intercambio de ideas, la socialización de sus experiencias investigativas y su desempeño en el ámbito laboral-profesional.

La comunidad virtual busca el trabajo entre las instancias académicas y administrativas de la Universidad Politécnica Salesiana, para de esta forma presentar el desenvolvimiento académico y laboral del profesional. Por esta razón, “es fundamental la integración de los profesionales graduados de las Universidades al mercado de trabajo para que sean propulsores del desarrollo nacional, para lo cual la institución formadora debe hacer el seguimiento correspondiente” (Consejo Superior – UPS, 2015).

Es necesario tener en cuenta que la comunidad virtual utilizará datos e información de la Unidad de Seguimiento de Graduados de la Carrera de Comunicación. El Consejo Superior de la UPS (2015), afirma:

El seguimiento de graduados es un mecanismo que sirve para establecer vínculos dinámicos y participativos entre la Universidad y sus graduados, y que posibilita la incorporación de mejoras en los procesos formativos a través de la recopilación y análisis de información sobre el desempeño profesional y personal de los graduados, el grado de satisfacción de su formación profesional y los requerimientos de capacitación, servicios y estudios de posgrado (p.1).

El esquema de la página web, la indagación en los datos y los contenidos visuales-textuales de la comunidad virtual van a girar en torno al pragmatismo, el cual se centra en “la búsqueda de soluciones prácticas y trabajables para efectuar investigación, utilizando los criterios y diseños que son más apropiados para un planteamiento, situación y contexto en particular” (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008, citado por Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010, p.553).

La página web es el principal espacio en el cual van a estar insertos dichos contenidos y servicios, por ello es necesario que esté vinculado con las principales redes sociales, es decir Facebook, Twitter y LinkedIn, permitiendo que el flujo informativo sea accesible para diferentes usuarios.

En la sociedad actual, las redes sociales se han convertido en instrumentos de comunicación en donde cada día millones de personas interactúan entre sí; “permiten usar las nuevas redes sociales como plataforma de intercambio y remezcla de ideas y como instrumentos de comunicación” (Cobo y Moravec, 2011, p.51). La gran acogida que tienen las redes sociales ayuda a difundir contenidos y servicios profesionales para los graduados en Comunicación, también les permite el acercamiento con nuestra comunidad virtual para darnos a conocer sus necesidades e inquietudes, desde el lugar/es donde se encuentren.

### **1.3 Objetivos:**

- Diseñar una metodología que permita la generación de una comunidad virtual para la vinculación de los graduados de Comunicación Social – UPS.
- Analizar las características académicas y profesionales de los graduados de Comunicación Social – UPS.
- Analizar las oportunidades laborales que brindan las instituciones o empresas públicas y privadas a los graduados en Comunicación, a partir de la revisión de cargos y perfiles existentes en el mercado laboral ecuatoriano.
- Identificar los servicios profesionales que son de mayor interés para los graduados de comunicación de la UPS.
- Implementar un espacio virtual con la información de las competencias profesionales que son requeridas en el sector laboral y desarrollar estrategias de comunicación y promoción que permitan difundir la comunidad virtual diseñada.

## **2. Metodología**

Esta investigación responde a la línea de investigación Comunicación, lenguajes y estructuración de contenidos de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, cuyo eje o tema es Interfaces y soportes comunicacionales.

El tipo de investigación es de carácter mixto, Hernández Sampieri y Mendoza (2008), la definen como:

Un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008, citado por Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, p.546)

Se aplicarán los paradigmas positivista y naturalista, Rodrigo Barrantes (1999), dice:

El paradigma positivista se orienta a la verificación, la confirmación, el reduccionismo, el inferencial e hipotético-deductivo. Le dan gran énfasis al análisis de los resultados. El paradigma naturalista tiene como finalidad el comprender e interpretar la realidad, los significados de las personas, percepciones, interacciones y acciones. (p. 60-61)

La Carrera de Comunicación Social aplica cuestionarios para los graduados con la finalidad de conocer datos esenciales como: información personal, situación laboral actual, ejercicio profesional y beneficios brindados por la carrera. Por esta razón, uno de los análisis que se realizará en la investigación será el cuestionario donde participaron 345



graduados<sup>1</sup>; gran parte de la información se obtendrá de Dirección de Carrera. Por eso, esta técnica es la “indicada para recoger información en grupos numerosos, con un corto mínimo de tiempo y esfuerzo. Al no producirse en su administración una relación cara a cara, debe prestarse gran atención a su contenido” (Barrantes, 1999, p.215).

Por su parte, la intención de las técnicas cualitativas radicará en la realización de las mesas de diálogo donde se conocerán sus puntos de vista, opiniones, desempeño laboral-profesional y los servicios profesionales que ofertan, cuya finalidad será la solvencia en tema de praxis laboral y perfil de egreso.

Uno de los ejes fundamentales del trabajo investigativo será la búsqueda de información sobre ofertas laborales para comunicadores; por esta razón, dentro del diseño metodológico se propondrá una bolsa de empleo que permitirá la inserción laboral y el ejercicio interactivo de los profesionales en Comunicación Social.

Adicionalmente, para el diseño como el contenido de esta sección, se hará una revisión exhaustiva y metódica de sitios académicos donde se publican ofertas laborales, como por ejemplo: bolsa de empleo UDLA (Universidad de las Américas) y PUCE (Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Los aspectos a comparar son: tipo de publicación, tipo de información para el usuario, nombre de las empresas públicas o privadas registradas. También se han considerado como referentes sitios web como “Opción Empleo” y “Red Socio Empleo”, que pertenecen al Ministerio de Trabajo.

---

<sup>1</sup> En Anexos Informativos se especificarán los procesos y/o pasos que conlleva el análisis.

### **3. Resultados**

El diseño metodológico está compuesto por cuatro partes: bolsa de empleo, educación continua, emprendimientos y exposiciones virtuales. Para desarrollar la primera parte, es decir la bolsa de empleo, se comienza por la recopilación de datos informativos mediante la aplicación de técnicas cuantitativas de investigación, en este caso encuestas, relacionadas con la situación académica, laboral y profesional de los graduados en Comunicación de la UPS.

Se consideran los siguientes aspectos: tipo de empresa, sector económico, nivel de cargo, aplicación de profesión, empleo (contrato, afiliación, beneficios), remuneración, desarrollo (personal, laboral, profesional), crecimiento personal, estatus laboral, práctica profesional, uso de habilidades y estabilidad laboral. Después de obtener y analizar los resultados con estricta minuciosidad, el 85%, es decir 293 graduados, dicen que el principal problema es la falta de oportunidades laborales; por esta razón, el generar una comunidad virtual de graduados, la cual consiste en una bolsa de empleo, es la mejor oportunidad para vincular a los profesionales (graduados) con la institución.

La segunda parte trata sobre educación continua, aquí se pone en evidencia todos los proyectos, talleres, encuentros y convenios institucionales que la Carrera de Comunicación tiene, organiza y hace para mantener un seguimiento continuo con los graduados, además, se constituye como medio de apoyo para solventar las necesidades en temas de trabajo colaborativo-cooperativo, inserción laboral y educación.

Por último, están los emprendimientos y las exposiciones virtuales; en lo primero se evidencian los conocimientos de los alumnos para crear productos sustentables, lo

segundo es para que los docentes, estudiantes y graduados de la carrera muestren sus productos comunicacionales.

### **3.1 Bolsa de empleo**

#### **3.1.1 Propuesta para elaborar una bolsa de empleo en el sitio web.**

La bolsa de empleo será un sitio web (comunidad virtual) con dominio propio, al cual se accederá mediante la búsqueda en navegadores (internet). En la página de inicio habrá diferentes entradas (botoneras), estas servirán para que el usuario ingrese, escoja las opciones que crea convenientes y resuelva sus requerimientos en el ámbito laboral y profesional. Toda la información suministrada por la bolsa de empleo servirá para que usuarios (graduados) y empleadores (empresas público-privadas) trabajen juntos a través del sitio web, además, este contará con enlaces para redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn), lo cual garantizará una mayor interactividad entre sujeto y objeto (usuarios-empleadores con el sitio web).

##### **3.1.1.1 Imagen**

La bolsa de empleo que se plantea busca que los usuarios accedan a sus servicios con facilidad-garantías (rápido registro, atención permanente, formulación de preguntas, consultas a directorios de empleo, participación en foros, encuestas, cuestionarios), vean cuáles son las ofertas laborales y escojan la opción que más les convenga (de acuerdo a la ubicación geográfica). A partir de esto se crea una cultura de “empoderamiento”, es decir, se da prioridad a que la persona conozca todos los requisitos-beneficios que pide-brinda una determinada empresa, institución u organización público-privada. La imagen con la que ha sido trabajada es de tipo corporativa, el usuario manejará una cuenta personal

donde la información suministrada (datos personales, experiencia laboral, estudios) será de carácter confidencial.

A través de un focus group en el que intervinieron seis graduados de Comunicación de la UPS (Véase Anexo 1), se dieron propuestas acerca del nombre que llevaría la bolsa de empleo, se decidió de forma “colectivo-democrática” que el nombre adecuado para esta herramienta es “Job-Zone”. El significado es “Zona de Trabajo”, permitirá que los usuarios y empleadores conozcan los diversos requisitos y ofertas que brindan las instituciones público-privadas del Ecuador.

### 3.1.1.2 Logo

Su logo será una “esfera de interactividad” (isologotipo)<sup>2</sup>, cuyos puntos estarán anclados a las funciones que cumplirá la bolsa de empleo, tales como: mensajes de recepción, enlaces con redes sociales, información al instante y actualizada, almacenamiento de archivos-búsquedas, entre otros.



---

<sup>2</sup> Combinación de logo y tipografía.

El color del logo se basa en el Manual para el uso de la marca – UPS, en este caso el “PANTONE 130 CVU”, el cual es usado en la esfera y figuras, las mismas que representan a los servicios que prestará la bolsa de empleo. La esfera significa el infinito y la lejanía, ya que la bolsa de empleo estará a libre disposición de los usuarios (en cualquier ubicación geográfica); el color representa la innovación e inteligencia, en este caso cada tarea que va a desarrollar esta herramienta se fundamentará en ideas propias, nuevas y atractivas para beneficiar a usuarios y empleadores.

Hay que “identificar de manera correcta a la UPS, pues refuerza sus relaciones públicas, acciones de comunicación, publicidad y estrategias de mercadeo. La tipografía es “Gill Sans – Tipo Regular” ya que denota solidez y firmeza, como reflejo de la entidad” (UPS, 2016, pp.2-3).

### **3.1.2 Formato y estructura**

Se desea implementar una comunidad virtual que brinde servicios profesionales a los graduados de la Carrera de Comunicación, la cual dará a conocer las capacidades profesionales que se deben poner en práctica en el sector laboral. La bolsa de empleo es la herramienta más oportuna para incorporar dicha información.

La información obtenida para establecer la estructura y formato de la comunidad virtual se recogió de las encuestas a los graduados de la Carrera de Comunicación y, de los datos proporcionados por: bolsa de empleo - UPS, sitios web de ofertas laborales, instituciones y empresas público-privadas. Tras analizar, se determinó el orden específico para la elaboración de la plataforma, tomando en cuenta las prioridades del usuario.

Se determinaron características concretas sobre sus posibles usuarios, candidato laboral o un empleador, con la finalidad de brindar una herramienta que sea de fácil funcionamiento

y permita la interactividad, cuya información responderá a los objetivos de la Universidad Politécnica Salesiana.

La Metro y PUCE publican las ofertas laborales a través del sitio web y Facebook, ambas manejan los mismos contenidos informativos: Ingreso de solicitud, Empresa Interesada, Requerimiento, Descripción del Cargo, Remuneración, Ubicación y Nombre del contacto para mayor información. Las bolsas de empleo en la UTPL, UDLA y USFQ piden que el usuario cree una cuenta personal, registre sus datos, llene los respectivos formularios y busque las opciones (trabajos) que más le convenga.

### **3.1.2.1 Buscador de empleos y personas**

Permitirá conocer las diferentes ofertas laborales que se encuentran en publicación, regido principalmente en los intereses del usuario, este buscador mostrará los empleos que estén acorde según las características del usuario para de esta manera mostrar varios resultados relacionadas y poder elegir sin restricción. Mientras que el buscador de personas permitirá que los usuarios muestren su Currículo Vitae para de esta manera obtener información actualizada sobre los requerimientos que se necesitan en un puesto determinado.

### **3.1.2.2 Inicio**

A través de este botón, el usuario encontrará información específica relacionada con los temas (de interés y actualidad) que publican las empresas, para de esta manera informarse de las ofertas laborales.

### **3.1.2.3 Perfil**

Presentará la siguiente información personal, académica y profesional el cual le permitirá destacar sus conocimientos y habilidades.

- **Personal:** datos personales, cualidades, habilidades y aptitudes.

- **Académica:** estudios realizados y cursos seguidos.
- **Profesional:** experiencia laboral-profesional y áreas de desempeño.

Mediante esta opción se desea obtener de la persona información actualizada, detallada y ordenada convirtiéndose en la tarjeta de presentación para ofertar un trabajo, buscar o ser requerido. Se ha pensado en ser lo más específico con los datos personales, académicos y profesionales debido a que será de carácter público y se requiere obtener resultados basados solo en la búsqueda y lectura de las funciones y requerimientos que hemos publicado.

#### **3.1.2.4 Empleo**

En esta opción se dará a conocer la vacante ofertada, ya sea en una institución o empresa público-privada. La publicación para una vacante contendrá la siguiente información: conocimientos-habilidades, actividades a realizar, experiencia laboral, edad e información adicional; esto le permite al usuario ver si su Currículo Vitae se rige a los requerimientos e información que pide la empresa.

#### **3.1.2.5 Intereses de empleo**

Con esta opción los usuarios buscarán los empleos que más les convenga y se almacenarán en su historial. Esto ayudará a que el graduado tenga un registro de los sitios ya visitados, los cuales se asemejan a sus intereses.

#### **3.1.2.6 Notificaciones, comentarios y opiniones**

Servirá de ayuda al momento de interactuar con los usuarios que visiten la bolsa de empleo. Se tendrá contacto y seguimiento con los graduados, además, se mantendrán relaciones con instituciones o empresas que hayan decidido unirse a la bolsa de empleo.

De igual manera, facilitará la recepción de inquietudes, sugerencias o comentarios que tiene el usuario para así incorporarlos en la herramienta.

### **3.1.3 Contenido**

#### **3.1.3.1 Buscador de empleo, personas: Filtrar**

En esta opción se contará con la facilidad para filtrar información; cuando se solicite la búsqueda de empleo determinará requisitos que el usuario desee y considere importante al momento de decidir por un trabajo tales como salario, jornada laboral, ubicación, permitiendo de esta manera ser específico y que se ajuste más con las necesidades de quien lo solicita. Un filtrador de información hará que se reduzcan los resultados encontrados para así controlar los intereses y necesidades que tenga el usuario.

##### **3.1.3.1.1 Inicio**

###### **Ofertas:**

- Jefe de comunicación
- Jefe de redacción
- Web máster (diseñador web)
- Asistente de comunicación organizacional
- Catedrático universitario.

Dentro de la entrada “Inicio” se encuentra la opción de ofertas laborales, aquí las instituciones o empresas público-privadas ofertarán empleos. A través de esta opción se determinará áreas concretas o departamentos que se encuentren disponibles para ocupar una vacante.

###### **Empresas:** (clasificación basada en el Anexo 17: Análisis de oferta laboral en sitios web)

- Hospital Pediátrico Baca Ortiz



- Ministerio de Coordinación de la Política Económica
- RADTEX
- Instituto Julio Fernando Andrade Veintimilla
- Universidad Politécnica Salesiana.

De acuerdo con lo explicado anteriormente, se incluirá otra opción con el nombre de “Empresas” mediante por la cual se ofertará a instituciones y empresas públicas o privadas que hayan accedido a la comunidad virtual y requieran que sirva de intermediario para la contratación de su personal. De esta manera el usuario ingresará a la empresa que satisfaga sus requerimientos, además, observará si existen vacantes para solicitar el cargo.

#### **3.1.3.1.2 Registro de datos personalizados:**

- Datos personales
- Estudios realizados
- Cursos realizados
- Experiencia laboral

El usuario realizará el registro de su Currículo Vitae en una pantalla adjunta a la plataforma; aquí llenará sus datos personales (nombre completo, edad, cédula, estado civil, dirección, teléfono, formación académica (instrucción primaria, secundaria y superior) y experiencia laboral).

#### **3.1.3.1.3 Perfil**

##### **Personal:**

- Aptitudes y validaciones destacadas
- Intereses
- Competencias

El “Perfil” contará con una entrada adicional denominada “Personal”, donde el usuario incluirá los aspectos más relevantes de su personalidad (aptitudes, validaciones destacadas, interés y competencias), indicando si es apto o no para ocupar una vacante. Con esto no solo se mostrarán aspectos de conocimiento sino características que complementan a la persona.

**Profesional:**

- Experiencia laboral
- Trabajo actual
- Intereses de empleo

En el ámbito “Profesional” se especificará cuál es la experiencia laboral que ha acumulado el graduado. Además, tendrá la opción de ingresar cuál es su trabajo actual y los intereses de empleo, es decir, en qué áreas de Comunicación se desenvuelve de manera óptima y, los empleos donde se involucrará sin dificultad.

**Académico:**

- Universidad
- Titulación
- Disciplina académica
- Actividades y grupos

Además se contará con la opción “Académico”, donde se especificarán los estudios que ha realizado u otros que se encuentren en proceso, ubicando el título obtenido, disciplina académica y actividades o grupos en el cual esté inmiscuido, esto aportará a su tarjeta de presentación. Al mostrar esta opción se dará a conocer más información que aporte a la contratación.

#### **3.1.3.1.4 Empleo**

- Ámbitos: público y privado
- Requisitos
- Diferenciación

En “Empleo” se ubicarán los “Ámbitos” en donde ayudará a su búsqueda, con la idea de mostrar al interesado los requisitos o capacidades que solicita una empresa y que varía según la identidad de esta, mostrando así las opciones de Público y privado que podrá exponer las ofertas laborales específicamente relacionadas con esta elección. En “Requisitos” la persona ubicará ciertas especificaciones (sueldo, ubicación geográfica, área de trabajo y horario laboral) que necesita para involucrarse en algún sitio. La pestaña “Diferenciación” mostrará los requisitos que tiene una empresa público-privada al momento de contratar a una persona, rigiéndose al sistema de contratación del Ministerio de Trabajo del Ecuador.

#### **3.1.3.1.5 Intereses de empleo**

- Empleos guardados
- Solicitados

Se contará con la sección “Empleos guardados”, aquí el usuario utilizará el historial que visitó con anterioridad, de esta forma no perderá las búsquedas que realizó. La opción “Solicitados” indicará el estado en el que se encuentra su petición (oferta laboral) señalando si fue recibida o si está pendiente.

#### **3.1.3.1.6 Notificaciones, comentarios y opiniones**

- Calificación
- Status
- Valoración

- Comentario

Mediante esta opción el usuario interactuará con la plataforma. Se quiere contar con una “Calificación, Status y Valoración” en donde la persona acceda y evalúe si las ofertas laborales publicadas se acoplan a sus requerimientos.

### 3.1.4 Estrategias para vincular empleadores y profesionales

**Cuadro 1. Especificación del uso de estrategias de vinculación.**

ESTRATEGIA	OBJETIVO	GRUPO META	PROPÓSITO DE LA ACCIÓN	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRODUCTOS	INDICADORES
Redes sociales	Publicar en las redes sociales Facebook, Twitter y LinkedIn las diversas plazas de trabajo que brindarán las instituciones públicas y privadas del país.	Profesionales en Comunicación de la UPS.  Empleadores del sector público y privado.	Que los profesionales en Comunicación se mantengan informados de los empleos que se ofertan a través de redes sociales.	Cada semana se publicarán las ofertas laborales con sus respectivos identificativos (lugar, área, teléfono, dirección, encargado, etc.), en las redes sociales de la bolsa de empleo.	Tecnológicos (internet)  Humanos (administradores de las cuentas – redes sociales)  Económicos (financiamiento interno)	- Posts - Videos e imágenes publicitarias	El 50% de 345 graduados miran y se informan de las ofertas laborales que las empresas públicas y privadas difunden en redes sociales, en este caso Facebook, Twitter y LinkedIn.
Ferias de Contacto Empresarial	Realizar ferias de contacto empresarial para que el profesional acuda, participe y se informe de los beneficios que se le otorgará por la prestación de servicios.	Profesionales en Comunicación de la UPS.	Los representantes de las empresas público-privadas buscarán que un profesional, en este caso de Comunicación, sepa las ofertas de empleo y los requisitos de forma directa (cara-cara).	Cada semana, en la página de la bolsa de empleo se indicará la fecha y el proceso de inscripción para las ferias empresariales-laborales a las que acudirá el profesional.	Tecnológicos (internet, material audiovisual, artículos electrónicos (infocus, laptops))  Humanos (expositores empresariales público-privados)  Económicos (financiamiento interno)	- Videos e imágenes publicitarias  - Material audiovisual (presentaciones expositivas)	El 30% de 345 graduados acuden a las Ferias de Contacto Empresarial para participar e informarse sobre las ofertas laborales y, los requerimientos que estas empresas piden por la prestación de servicios.

<p>Conferencias de empleabilidad</p>	<p>Dar conferencias de empleabilidad para que los usuarios y/o profesionales participen e inserten al mercado laboral del Ecuador.</p>	<p>Profesionales en Comunicación de la UPS.</p>	<p>El representante empresarial expone las actividades que cumplen las empresas, las áreas de trabajo y los beneficios que otorga al empleado (profesional).</p>	<p>Cada semana, la bolsa de empleo a través de sus redes sociales posteará y/o publicará las conferencias que las instituciones públicas y privadas convocarán con debida antelación.</p>	<p>Tecnológicos (internet, material audiovisual, artículos electrónicos (infocus, laptops))  Humanos (expositores empresariales público-privados)  Económicos (financiamiento interno)</p>	<p>- Videos e imágenes publicitarias  - Material audiovisual (presentaciones expositivas)</p>	<p>El 30% de 345 graduados asisten a las Conferencias de Empleabilidad para conocer a detalle los requisitos que se necesitan para insertarse al mercado laboral.</p>
<p>Sistemas de bolsa de empleo virtuales</p>	<p>Implementar la búsqueda por categorías (profesiones-carrera) y ubicación geográfica.</p>	<p>Profesionales en Comunicación de la UPS.</p>	<p>Brindar a los usuarios resultados más segmentados y que se apeguen a las necesidades que busca.</p>	<p>La bolsa de empleo tendrá a la disposición de los usuarios la opción de modificar su ubicación geográfica y otras categorías (área, jornada laboral, salario) para dar mayor facilidad en su búsqueda.</p>	<p>Humanos (los administradores de las cuentas – redes sociales)</p>	<p>Bolsa de empleo implementada (Job-Zone)</p>	<p>El 75% de 345 graduados utilizan la búsqueda por categorías y ubicación geográfica para saber si el empleo está acorde a su profesión y lugar de residencia.</p>

Sistemas de bolsa de empleo virtuales	Crear cuenta personal e ingreso de currículo vitae.	Profesionales en Comunicación de la UPS.  Empleadores del sector público y privado.	La herramienta permitirá un acercamiento con el usuario ya que de esta manera brindará un mejor control y manejo de información, creando más confianza en lo que desea publicar y en sus búsquedas.	La bolsa de empleo contará con botones que permita el ingreso a pestañas, ya sea para realizar una búsqueda o ingresar a la cuenta personal en donde se podrá incluir el currículo vitae.	Humanos (los administradores de las cuentas – redes sociales)	Bolsa de empleo implementada (Job-Zone)	El 75% de 345 graduados crean su cuenta personal e ingresan su currículo vitae, con la finalidad de dar a conocer su información personal para que el sistema les direcciona hacia los empleos que están acorde a su formación.
Sistemas de bolsa de empleo virtuales	Revisar de forma interna los Currículos Vitae.	Profesionales en Comunicación de la UPS.  Empleadores del sector público y privado.	La bolsa de empleo quiere contar siempre con información actualizada y verídica que aporte al crecimiento y solvencia (laboral) del usuario.	La bolsa de empleo brindará al usuario modificar su Currículo Vitae si es necesario.	Humanos (los administradores de las cuentas – redes sociales)	Bolsa de empleo implementada (Job-Zone)	El 75% de 345 graduados revisan o hacen un seguimiento continuo de cómo está su petición laboral a través del currículo vitae, para de esta forma saber si cumple con los requerimientos que pide el mercado laboral.

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo y Estefanía Cevallos.

### **3.2 Educación continua**

En la Carrera de Comunicación de la UPS existe el área de Educación Continua que forma parte de Vinculación con la Sociedad, el cual es un servicio que genera proyectos que tengan incidencia en la colectividad.

Entre otras actividades está el diseño de cursos de capacitación sobre temáticas actuales y/o coyunturales para aportar conocimientos. Es importante señalar que esta área trabaja de manera conjunta con Seguimiento a Graduados, cuyo principal aporte es el identificar cuáles son las necesidades académicas, laborales, de formación y actualización de contenidos que tiene y desea el graduado.

#### **3.2.1 Educación y Formación**

La educación y formación son factores importantes en la vida de los seres humanos, ya que se adquieren conocimientos a través de los niveles educativos tradicionales (básico, bachillerato y superior) para aplicarlos en el ámbito profesional. Hay que considerarlas como la “acción, o conjunto de acciones destinadas a desarrollar las capacidades intelectuales en una o varias áreas del conocimiento” (Bermúdez, 2010, p.3).

La UPS consiente de la importancia de mantener una adecuada formación hacia sus estudiantes ha creado la gestión de Formación Continua de la Carrera de Comunicación con el fin de aportar y actualizar conocimientos a sus estudiantes y graduados. Esta tiene como objetivo atender las necesidades que los ex estudiantes manifiestan a través de diversos talleres.



### **3.2.2 Espacios no formales de educación**

La educación no formal tiene como objetivo complementar la educación formal adquirida estos conocimientos se desarrollan en espacios de ocio, vida profesional, y otros que se adquieren a lo largo de la vida.

Los procedimientos no formales tienen relación con los conocimientos adquiridos fuera del marco educativo de una institución, es decir, a través de cursos, talleres, seminarios, moocs, etc. Es importante enunciar que estos procesos formativos no están dentro de una malla académico-curricular, pero sirven como aporte para el crecimiento personal y profesional a través de los reconocimientos (diplomas, certificados) que se obtienen por participar y/o vincularse en ellos.

### **3.2.3 Constructivismo**

Dentro del ámbito educativo el constructivismo juega un papel preponderante, ya que vincula la creación y/o formación del conocimiento con las experiencias que el ser humano adquiere a lo largo de su vida, aplicadas para la solvencia de necesidades y el desarrollo personal. A partir de esto surge una nueva categoría, el aprendizaje, considerada como la etapa donde se pone en juego la interacción y el compartir conocimientos, así como retroalimentarlos de forma deliberada-activa. Con todo esto se establece que el constructivismo es una corriente de tipo social, que está en continuo movimiento, cambio e innovación. Araya, Alfaro y Andonegui (2007), dicen lo siguiente:

La corriente constructivista social propone el desarrollo máximo y multifacético del aprendiz. El propósito se cumple cuando se considera al aprendizaje en el contexto de una sociedad, impulsado por un colectivo y unido al trabajo productivo, incentivando procesos de desarrollo del espíritu colectivo, el

conocimiento científico-técnico y el fundamento de la práctica en la formación de las nuevas generaciones (p.17).

### **3.2.4 Trabajo colaborativo y cooperativo**

El trabajo colaborativo en el ámbito educativo es la integración consensuada de los estudiantes con las actividades o tareas que se han destinado para la resolución de determinadas temáticas. Esto quiere decir que siempre van a existir intereses comunes, donde los resultados van a ser para el beneficio de todos; aquí se vinculan las capacidades, el esfuerzo y el conocimiento que cada sujeto tiene sobre el tópico a realizar. Sin dejar de lado las opiniones que cada persona tiene respecto a los asuntos y/o puntos en los que se sustenta el trabajo. Pérez Maldonado (2007), dice:

El trabajo colaborativo, en un contexto educativo, constituye un modelo de aprendizaje interactivo, que invita a los estudiantes a construir juntos, para lo cual demanda conjugar esfuerzos, talentos y competencias mediante una serie de transacciones que les permitan lograr las metas establecidas concensuadamente (p.7).

Por su parte, el trabajo cooperativo es considerado como una actividad colectiva donde las personas que integran grupos se enfocan en conseguir objetivos de forma equitativa o proporcional. Además, está relacionado con la docencia, ya que se observa al profesor como un ente rector para el desarrollo óptimo y eficaz del alumno, en este caso, para difundir los contenidos académicos que a lo largo de los niveles (educativos) aprenderá. María Jesús Gutiérrez del Moral (2009), afirma:

En el trabajo cooperativo es fundamental la labor del docente en el planteamiento de la actividad, su diseño y presentación. El profesor debe comenzar organizando

los grupos, y dando toda la información necesaria para llevar a cabo el trabajo: contenido, objetivos, tarea de cada uno de los miembros de grupo si es posible y necesario, materiales, calendario. Asimismo el profesor debe estar pendiente de todo el proceso de aprendizaje, pues también tiene la función de dirigir, coordinar, mediar o incluso motivar a los alumnos en su trabajo (p.8).

### **3.3 Emprendimientos**

Dentro de la Universidad Politécnica Salesiana existe el “Club de Emprendedores”, cuyo objetivo es promover acciones que conlleven a la búsqueda y aplicación de conocimientos tanto para estudiantes como docentes. La creación de emprendimientos en la UPS fortalece y pone en evidencia las habilidades de los estudiantes pues es un espacio que permite la elaboración de productos sustentables que beneficien a toda la comunidad universitaria a partir de la realización de proyectos.

La Carrera de Comunicación Social logró que los estudiantes asistan al “SocialTech”, un evento donde cada uno observó los procedimientos y/o pasos para la creación de productos con visión emprendedora; además, esto sirvió de plataforma para que varios comunicadores intervengan en la planificación, diseño, gestión y animación del “Coworking StartUPS”, un lugar que busca la innovación, el desarrollo investigativo y sobre todo el trabajo en equipo.

### **3.4 Exposiciones virtuales**

La Carrera de Comunicación de la UPS trabaja de manera conjunta con los estudiantes para desarrollar lazos que estimulen el ejercicio participativo, de trabajo y aproximación con las actividades culturales que se realizan dentro y fuera de la institución. Entre los

lazos más representativos está la creación de proyectos que vinculen el talento estudiantil con los grupos, colectivos y asociaciones que existen en la universidad. El ejemplo más palpable son los “grupos ASU” – (Asociacionismo Salesiano Universitario), los cuales disponen de espacios culturales y recreativos para mostrar la habilidad y destreza de los alumnos; dentro del “Área Cultural” las actividades que la componen son: danza, teatro, coro y grupos musicales (folclóricos, modernos).

Una de las actividades que realiza la Carrera para impulsar las exposiciones virtuales son las “Jornadas de Comunicación”, en ellas se presentan eventos relacionados con proyectos de investigación, conferencias explicativas, exposiciones, foros, casas abiertas, mesas redondas y conversatorios. Los temas están relacionados con Comunicación, arte, cultura, era digital y desarrollo social-sostenible. La más importante fue la “Mesa redonda “arte, memoria, virtualidad y comunicación””<sup>3</sup>, en ella se trabajaron tres temas: “Contrahegemonía y comunicación: metodologías y obras”, “Fotografía, ciudad y memoria” y, “La configuración de comunidades virtuales”. El propósito radicó en visibilizar y socializar la producción académica en las investigaciones que efectúan los docentes de Comunicación Social – sede Quito.

Lo interesante de estas propuestas que provienen de la carrera es que permiten a los estudiantes participar y/o colaborar con videos, fotos, entrevistas, afiches y boletines (producción audiovisual, multimedia y sonora) para que el evento tenga una mayor difusión, tanto en redes sociales como en carteleras institucionales. De esta forma se

---

<sup>3</sup> Jornadas de socialización: La Investigación en la Carrera de Comunicación. Fecha: 14 y 15 de enero del 2016.

garantiza la participación estudiantil, la asistencia de graduados y público con interés en la temática.

#### **4. Conclusiones**

El diseño metodológico es importante porque trabaja de forma detallada y sistemática los temas relacionados con empleabilidad, áreas académico-institucionales y participación estudiantil. Como primer punto, la bolsa de empleo “Job-Zone” es la mejor oportunidad para que los graduados de la Carrera de Comunicación de la UPS se inserten en el campo laboral y, pongan en práctica sus conocimientos, habilidades y destrezas para un desenvolvimiento óptimo dentro de la institución, sea pública o privada. La publicación de ofertas laborales a través de las redes sociales Facebook, Twitter y LinkedIn permite que los usuarios se mantengan informados de los requerimientos, áreas de trabajo y datos del contacto (nombre, teléfono y ubicación) para que el comunicador tome en cuenta al momento de postularse por un determinado empleo y/o cargo.

Como segundo punto, el área de Educación Continua y Exposiciones Virtuales son iniciativas innovadoras que desarrolla la Carrera de Comunicación para que los estudiantes y graduados se vinculen en proyectos sociales, colectivo-comunitarios, artístico-culturales y producción audiovisual, multimedia y sonora; con lo cual se crean entes participativos que están al servicio de los demás, con mirada objetiva, creativa, dinámica e inclusiva.

La navegación a través del sitio web (comunidad virtual) de la bolsa de empleo fomenta la interactividad, es de fácil acceso y uso; con esto el usuario escogerá el servicio que más le interese o necesite, como por ejemplo: registro de currículum vitae, búsqueda de empleo, notificaciones, entre otros. Además, aporta en gran medida a la vinculación entre empleadores y profesionales, ya que la información sobre las ferias de contacto

empresarial y conferencias de empleabilidad se publicarán a través de este medio (sitio web “Job-Zone”).

Finalmente, el “Manual comunidad virtual UPS - GIRÓN”, es el modelo de cómo generar y/o crear una comunidad virtual institucional; mediante la revisión de los pasos gráficos e informativos para que su aplicación sea adecuada, fácil y eficaz. Aquí se pone énfasis en la bolsa de empleo, -uno de los puntos del diseño metodológico-, los restantes deberán trabajarse siguiendo la estructura propuesta en el manual (imágenes, pasos y contenido escrito). La finalidad de esto es que aporte al crecimiento de la Carrera de Comunicación en tres temas puntuales: inserción laboral para comunicadores, participación deliberada y activa de los graduados en los diversos proyectos de investigación que realizan los docentes y, conocimiento detallado de las actividades (capacitaciones, foros y encuentros) que desarrolla la carrera para que los graduados intervengan y obtengan créditos, sea en la formación académica como profesional.

## 5. Referencias bibliográficas

- Araya, V., Alfaro, M., & Andonegui, M. (2007). *Constructivismo: orígenes y perspectivas*. Caracas - Venezuela: Laurus, vol. 13, núm. 24.
- Barrantes, R. (1999). *Investigación: un camino al conocimiento*. Quito – Ecuador: Euned.
- Bermúdez, G. (2010). *¿Qué es educación? La cultura dentro de las aulas*. Barcelona: Paidós.
- Cobb, P. y Bowers, J. (1999). *Cognitive and situated learning perspectives in theory and practice*. *Educational Researcher*, 28 (2), 4-15.
- Cobo Romaní, Cristóbal; Moravec, John W. (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Colección Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Barcelona.
- Consejo Superior. (2015). *Reglamento de Seguimiento a Graduados de la Universidad Politécnica Salesiana* (Nº 038-04-2015-04-15), pp. 1-10.
- GARCÍA, A. E. *The course of the university in a period of social change*, Interface - Comunic, Saúde, Educ, v.7, n.13, p.9-26, 2003.
- González, A. & Hernández-Alegría, A. (2014). *Positivismo, dialéctica materialista y fenomenología: tres enfoques filosóficos del método científico y la investigación educativa*. Universidad de Costa Rica: Inie.
- Guardia de Viggiano, N. (2009). *Lenguaje y Comunicación*. San José – Costa Rica: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana.
- Gutiérrez del Moral, M. J. (2009). *El Trabajo Cooperativo, su diseño y evaluación. Dificultades y propuestas*. Girona - España: Uninvest.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, R., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- INEC. (2017). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Disponible en [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/EMPLEO/2017/Junio/062017\\_Presentacion\\_M.Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/EMPLEO/2017/Junio/062017_Presentacion_M.Laboral.pdf)
- Korman, A. (1978). *¿Qué son los grupos focales?* New-York: College Press. Disponible en [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/magadan\\_p\\_ge/capitulo5.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/magadan_p_ge/capitulo5.pdf)



Lévy, P. (2007). *Cibercultura: La cultura de la sociedad digital*. Iztapalapa-México: Anthropos Editorial.

Martín, R. (2012). *Contextos de Aprendizaje: formales, no formales e informales*. Buenos Aires - Argentina: Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.

Pérez Maldonado, M. (2007). *El Trabajo Colaborativo en el aula universitaria*. Caracas - Venezuela: Laurus, vol. 13, núm. 23.

Schunk, D. H. (2012). *Teorías del aprendizaje*. México: Pearson Education.

Soria Ibáñez, M. (2015). *Plan de medios de comunicación e Internet*. Madrid - España: Editorial CEP, S.L.

Tejada, J. (2015). *La formación por competencias en la educación superior*. México D.F.: E-books.

Tobar, E. (2 de mayo del 2013). SurveyMonkey, realiza cuestionarios y encuestas para trabajos con tus estudiantes. Ciudad de Guatemala, GT.: *Maestros del Web*. Recuperado de <http://www.maestrosdelweb.com/survey-monkey-realiza-cuestionarios-y-encuestas-en-el-aula/>

Toro, F. (1983). *Espacios para actividades de educación no-formal*. Santiago de Chile - Chile: Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura, I parte.

UPS. (2015). *Líneas de investigación de las carreras de Comunicación Social de la UPS*. Quito: pp. 1-2.

UPS. (2016). *Manual de uso de marca. Universidad Politécnica Salesiana*. Disponible en <https://www.ups.edu.ec/documents/10184/6364142/Manual+para+el+uso+de+la+marca+UPS/b73c92c4-8328-455e-9f08-d9b2952f68a0>

## **Anexos informativos (análisis, datos y cuadros numéricos).**

### **Bolsa de empleo**

El primer punto del diseño metodológico tiene que ver con la “Bolsa de empleo”, esta cumple dos funciones principales: mostrar las ofertas laborales (instituciones público-privadas) y permitir que los usuarios (buscan empleo) se registren siguiendo los parámetros previamente establecidos. Este medio es de fácil acceso, tanto para el registro de solicitud, perfil académico-profesional (currículo) como para escoger el empleo que más le convenga y/o interese a través de las nuevas tecnologías (internet), abriendo espacio para la interrelación y multiplicidad de contenidos (informativo-virtuales).

Para formular la Bolsa de Empleo es necesario partir de un análisis que dé cuenta la situación actual de los graduados, para ello se han considerado los siguientes datos:

1. Encuestas (información personal, situación laboral-profesional) que hizo la Universidad Politécnica Salesiana a los graduados.
2. Ofertas de empleo que se brindan a los comunicadores (institución, oferta, área, su-área, tipo de puesto, salario y ciudad).
3. Reporte de la actual bolsa de empleo institucional (número de participantes), espacio al cual acceden graduados y estudiantes en curso para registrarse y encontrar un empleo acorde a sus necesidades.

### **1. Análisis de encuestas**

Este proceso lo hace la universidad de forma recurrente, tiene como finalidad el conocer cuáles son sus aportaciones académico-profesionales dentro del ámbito laboral. Además, se abren los caminos para que las autoridades universitarias hagan un seguimiento a graduados de forma continua, eficaz, y garantizando el libre acceso a la información

proporcionada por cada uno de ellos, la cual es almacenada en una base de datos (Excel) y que muestra a las diversas instituciones o empresas público-privadas donde ejercen su trabajo.

Las preguntas trabajadas en esta encuesta se basan en valorar el trabajo según determinados parámetros como: sector económico de la empresa, nivel que pertenece el cargo que ocupa en la empresa, cuánto tiempo trabajas en esta empresa, qué tipo de contrato tiene, está afiliado al IESS, tienes otro tipo de seguro, en qué rango encaja su actual remuneración, crecimiento profesional y personal, estatus laboral, adecuación a lo estudiado, uso de habilidades aprendidas y estabilidad laboral.

Las preguntas demuestran la importancia y atención que le presta la institución a la situación laboral-profesional del graduado. Al revisar con minuciosidad la base de datos otorgada por la Secretaría Académica de la Universidad nos encontramos con un total de 345 personas (graduados) que participaron en este proceso, 53 preguntas, de las cuales se han tomado 18 para analizar y, con la información que se obtenga de este proceso se va a conocer el panorama actual que tienen los comunicadores en el sector de empleabilidad. He aquí un breve pero correcto estudio sobre cada una de estas interrogantes.

### **1.1 Tipo de empresa, organización o institución en la que trabaja**

Es decir públicas, privadas, mixtas (pública-privada), negocio o empresa familiar, negocio o empresa propia, ONG, entre otros, (Ver tabla en Anexo 3).

La mayoría de comunicadores prestan sus servicios en empresas, organizaciones o instituciones privadas, a pesar de que la diferencia con el sector público es mínima esto se debe a la no existencia de programas de emprendimiento laboral para los profesionales en Comunicación.

### **1.2 Tipo de empresa, organización o institución en la que trabaja (otro)**

Se indaga si la persona tiene y/o ejerce otra clase de empleo que no esté dentro de los “sectores laborales convencionales” explicitados en la primera pregunta. Del total anunciando con anterioridad (345) para esta sección hay 335 personas que trabajan en instituciones público-privadas, los restantes se encuentran repartidos en otras áreas, por ejemplo: una persona labora en el Canal Comunitario del Movimiento Indígena de Cotopaxi (Tv MICC), las otras nueve lo hacen en distintas áreas (Educación, Financiera, Administrativa, Musical y Religiosa). Los resultados indican que muy pocos comunicadores se dedican a la autonomía laboral, otorgándole mayor realce e importancia a la prestación de servicios en instituciones público-privadas u otras tradicionales-populares.

### **1.3 ¿Cuál es el sector económico al que se dedica la Empresa, Organización o Institución en la que trabajas?**

Trata de explicar los ofrecimientos (productos y servicios) que da la empresa a la comunidad. Esta información sirve como plataforma de despegue para la apertura de opciones laborales, sea en el ámbito de la comunicación o en otras actividades que no están relacionadas con su profesión. Aquí se dan una serie de datos los cuales evidencian que el graduado en su imperiosa necesidad por conseguir empleo, opta por puestos donde en muchas ocasiones necesita de capacitación previa para cumplir con las actividades encargadas (Ver la tabla completa en Anexo 4).

**Cuadro 1: Sector económico al que pertenece cada empresa, institución u organización.**

Actividades (varias)	Agricultura, industrias	Servicios (varios)	Comercio	Actividades de servicio	Transporte y almacenamiento	TOTAL
56	6	126	4	140	13	345 personas

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo.

Gran parte de los comunicadores destinan sus labores a varios servicios, lo cual es fundamental para su desarrollo personal-profesional.

**1.4 ¿A qué nivel pertenece el cargo que ocupas en la empresa, organización o institución donde trabajas?**

Está determinada por tres niveles (de mando medio, gerencial y operativo) que permiten ahondar en el conocimiento sobre la estructura jerárquica que tiene una organización en tema de cargos y ocupaciones (Ver la tabla en Anexo 5).

El nivel operativo se enmarca en un cúmulo de resoluciones (relacionales, participativas y de gestión) que le otorgan un nivel al cargo (superior, inferior) dentro de la empresa. El profesional en comunicación puede ser parte integrante de estas áreas siempre y cuando cumpla con los requerimientos que se imparten, se acople a los pedidos y desarrolle capacidades para garantizar un buen desenvolvimiento, tanto en el trabajo como en las tareas asignadas.

**1.5 ¿Consideras que en tu trabajo actual aplicas la profesión en la que te titulaste?**

Se suma atención a la respuesta que otorga el comunicador, ya que va a despejar las dudas e interrogantes que giran en torno a si las puertas para el mercado laboral están abiertas o no para el graduado en esta carrera. Y de haber respuestas negativas brindar soluciones

óptimas y acordes a la situación. Además, se observa si al comunicador le ha favorecido o no la aplicación de los conocimientos académicos que adquirió en la universidad (Ver la tabla en Anexo 6), si se ha ganado hábitos de técnica y competitividad, lo cual es indispensable para que su trabajo sea reconocido, bien remunerado y no tenga problemas al momento de conseguir otros empleos.

El mayor número de personas ejercen muy poco la profesión en la que se titularon, punto que no debe pasar desapercibido porque nos demuestra que los empleos son muy inestables para los comunicadores. Sin embargo, existe un leve equilibrio con los que ponen en práctica el ejercicio laboral-profesional, pero no como servidores público-privados sino como emprendedores que abren sus propias empresas y dejan de lado la dependencia laboral-patronal.

### **1.6 Empleo, contrato, afiliación y beneficios**

Los profesionales en Comunicación tienen empleo, sea en el sector público como privado, esto demuestra que las labores (actividades de desempeño) son bien vistas por estas entidades. Con lo cual brinda un panorama claro sobre el grado de intervención en los diversos movimientos que realiza la institución, sea en la prestación de servicios como para elaborar productos que beneficien a la sociedad. Según datos del INEC (2017) dentro de la composición de los empleos por rama de actividad: Total nacional, las Comunicaciones ocupan el puesto 12 (de 15) con el 1,0%. Este número indica que el campo laboral para los comunicadores no concentra una mayor participación. Otro dato a considerar es la “Composición del empleo adecuado/pleno por rama de actividad: Total nacional” realizado por el INEC, en este punto las Comunicaciones ocupan el puesto 13 (de 15) con el 1,5%. En conclusión, esta rama de actividad no genera una mayor participación de empleados adecuados/plenos.

Cuando se realiza una contratación esta se cumple a través de la firma de un contrato debidamente organizado, establecido y autorizado por la empresa (contratante). También existen los nombramientos, estos se rigen bajos los estatutos que instaura la LOSEP (Ley Orgánica del Servicio Público) para que el profesional conozca a profundidad cuáles son sus derechos y obligaciones a las que debe regirse dentro de la administración pública. Si es el sector privado las cosas cambian porque cada organización, institución o empresa tiene sus reglas internas, cuya aplicación es totalmente diferente a las que presiden los organismos de corte gubernamental.

Al trabajar en cualquier institución (pública o privada) el profesional en Comunicación debe estar afiliado al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), esto le garantiza el libre acceso a varios servicios (Ver la tabla en Anexo 7)

**Cuadro 2: Beneficios y servicios que se le otorga al afiliado (IESS).**

- Pensión por vejez, invalidez y montepío.
- Auxilio de funerales.
- Riesgos de trabajo.
- Asistencia por enfermedad y maternidad.
- Cobertura de salud para hijos menores de 18 años.
- Ampliación de cobertura de salud para cónyuge o conviviente de hecho mediante el pago de prima adicional (3.41%) sobre la materia gravada.

Fuente: IESS (2017). Elaboración propia.

“Durante junio 2017, el 29,8% de empleados se encuentran afiliados al IESS- Seguro General, mientras que el 56,6% no tiene ninguna afiliación” (INEC, 2017, p.49). Aquí la categoría de empleo incluye a todos los asalariados e independientes, es decir, se vincula a todo los sectores o actores sociales que tienen remuneración por la prestación de sus

servicios laborales. Además del IESS otras personas optan por tener seguros privados, esto porque existe disconformidad con los servicios de salud que brinda el Estado (Ver la tabla en Anexo 8).

### **1.7 Remuneración**

Se busca determinar el salario que recibe el profesional por su prestación de servicios en una empresa público-privada (Ver la tabla en Anexo 9). Recordemos que el rango salarial va a variar dependiendo de los factores internos y externos a los que se encuentra inmersa la institución, esto a su vez irá acompañado del grado de conformidad que tiene el comunicador (Ver la tabla en Anexo 10). Según el artículo 40 del Reglamento Interno del Ministerio del Trabajo, “la empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley”.

### **1.8 Desarrollo personal, laboral y profesional**

De aquí en adelante se va a trabajar en las capacidades, habilidades, experiencia, actitudes y aptitudes que el graduado en Comunicación ha adquirido y demostrado a lo largo de su práctica-rutina laboral.

### **1.9 Crecimiento personal**

Este punto tiene que ver con el aprendizaje adquirido en su trabajo, lo cual le va a servir como puntal para su desarrollo personal-profesional. Se observa que quien lo ponga en práctica o lo necesite, le va a dar mayor validez a su calidad humana-personal que a la capacidad académica-profesional que pueda tener.



**Cuadro 3: Resultados y valoración sobre el crecimiento personal del comunicador en el ámbito laboral.**

	Número de personas
Bastante Satisfactorio	105
Nada Satisfactorio	6
Poco Satisfactorio	32
Satisfactorio	144
Totalmente Satisfactorio	58

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

El dato arroja que 144 comunicadores se encuentran satisfechas con su crecimiento personal, la cantidad que se aproxima es de 105 personas las cuales están bastante satisfechas con este parámetro. No existe mucha diferencia en cuanto a números.

**1.10 Estatus laboral**

Se indica si el trabajo le ha permitido ganar y acumular una buena cantidad de experiencia y conocimiento para ascender de puesto. Esto conlleva tiempo, esfuerzo, constancia y perseverancia, si a estos puntos se les une la disciplina los resultados van a ser fructíferos.

**Cuadro 4: Resultados sobre la experiencia y conocimiento que tiene el comunicador para ocupar un determinado cargo.**

	Número de personas
Bastante Satisfactorio	81
Nada Satisfactorio	11
Poco Satisfactorio	67
Satisfactorio	153
Totalmente Satisfactorio	33

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

153 comunicadores disfrutaron de un estatus laboral satisfactorio, es decir, adquirieron los elementos necesarios para que sus compañeros les respeten, tengan confianza y acudan a ellos cuando existan situaciones en las cuales se requiere de su intervención deliberada-activa. Como ya se ha mencionado es vital que se llegue al totalmente satisfactorio porque de esta forma se le otorgará un mejor posicionamiento dentro de la empresa.

### 1.11 Práctica profesional acorde a la formación académica

Surge cuando la persona trabaja en una zona donde pone en práctica sus conocimientos de Comunicación. No obstante, en muchos de los casos le toca adecuar lo que sabe a otras actividades que no necesariamente están dentro de su área o campo de estudio.

**Cuadro 5: Resultados donde muestra si la práctica profesional corresponde a la formación académica.**

	Número de personas
Bastante Satisfactorio	49
Nada Satisfactorio	45
Poco Satisfactorio	87
Satisfactorio	126
Totalmente Satisfactorio	38

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

126 profesionales adecúan a su trabajo todo lo que aprendieron en su carrera universitaria, en contraposición están las personas que por el perfil de su cargo no pueden aplicar sus conocimientos a las actividades encomendadas.

### 1.12 Uso de habilidades aprendidas

Muchos comunicadores usan las habilidades aprendidas durante sus estudios o en el campo laboral para solventar necesidades o los imprevistos que se les presenten. Sea en áreas propias de su profesión (Comunicación) como en otras que no tienen relación (Sistemas).

**Cuadro 6: Resultados sobre el uso de habilidades aprendidas en el campo laboral.**

	Número de personas
Bastante Satisfactorio	73
Nada Satisfactorio	17
Poco Satisfactorio	63
Satisfactorio	155
Totalmente Satisfactorio	37

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

La mayor parte de comunicadores (155) usan de forma satisfactoria sus habilidades aprendidas, sin importar el departamento en el que trabajen. Siguen habiendo personas que muestran su disconformidad (63) al no poder usar de forma continua todas las habilidades que tienen o han adquirido en sus labores.

### **1.13 Estabilidad laboral**

Cuando se consigue un empleo lo que siempre se busca es la permanencia en la institución a largo plazo. La llave del éxito es cumplir con responsabilidad todas las tareas asignadas, actuar con respeto y transparencia para que la imagen de la persona quede en buen nivel (Ver la tabla en Anexo 11). Hay 159 comunicadores que están satisfechos con su estabilidad laboral, la novedad es que a diferencia de las anteriores tablas aquí se muestra que el “bastante satisfactorio” ocupa el segundo lugar y tiene una buena cantidad de profesionales insertos en ella. Para que una persona tenga asegurada su plaza debe ser disciplinada, responsable y competente.

### **Ofertas de empleo para graduados en Comunicación**

El análisis se centra en cinco áreas donde los comunicadores pueden trabajar, vinculando sus conocimientos académicos con las que recibirán cuando sean parte de la empresa, institución u organización que requiera y/o necesite de sus servicios. En la base de datos proporcionada por la Secretaría Académica existen 313 ofertas, pero se han escogido 22 porque son las que están acorde a su profesión (Ver la tabla en Anexo 12).

Las ofertas están repartidas entre entidades e instituciones académicas, en este caso se presentan: Universidad Politécnica Salesiana (Sede Cuenca y Quito), Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Fundación “Grandes Valores”, Enseña Ecuador y Centro de Desarrollo Infantil “Mi Arco Iris del Saber”. Las prestaciones de servicios se

enmarcan en conseguir comunicadores que tengan un vasto conocimiento en investigación, se incentiven o encaminen por la docencia y la educación (Ver las tablas en Anexos 13 y 14).

Los salarios dependen de la función a cumplir, a su vez esta se relacionará con el tiempo que se estipulará cuando sea la firma del contrato de trabajo. Aquí la oferta de mejor paga es la investigativa, la cual demanda estudio, trabajo, dedicación y gusto por lo que se hace. La tarea en el área tecnológica y de diseño es la realización de plataformas virtuales a través de contenidos informativo-visuales, además, este oficio abarca administración, autoría, coordinación, mantenimiento y programación de sitios web. Su labor es a “tiempo completo” y su ganancia es idónea porque es un trabajo que no demanda mayor esfuerzo, más que un amplio conocimiento en el manejo de redes sociales-informáticas y software (Ver las tablas en los Anexos 15 y 16).

**Cuadro 7: Resumen de valoración de puestos donde se desempeñan los comunicadores.**

<b>Espacios</b>	<b>Áreas</b>	<b>Sub-áreas</b>	<b>Tipos de puestos</b>	<b>Salario</b>	<b>Ciudad</b>
Universitario – Editorial – Institución educativa	Comunicación, Relaciones Institucionales y Públicas – Oficios y Otros (Comunicación organizacional)	Comunicación – Relaciones Institucionales/Publicas – Trabajo Social	Tiempos completos	De \$500 a \$900	Quito, Guayaquil, Cuenca y Pucará

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo.

Estas ofertas vinculan una serie de aprendizajes y conocimientos; por un lado, están los comunicadores que saben de redacción, diseño, teoría; y por otro, los que hablan diferentes idiomas, quienes aplican publicidad y edición escrita-digital. Además, en estos trabajos se abren las puertas hacia la interrelación-vinculación con otros sectores de la sociedad e instituciones público-privadas. También se aplica la comunicación organizacional debido al fuerte impacto que genera dentro del mundo laboral. Aquí se requiere que el comunicador maneje los tres tipos de inteligencia: componencial-analítica, experiencial-creativa y contextual-práctica (Ver las tablas en los Anexos 17 y 18).

### **Reporte de candidatos para la “Bolsa de empleo”**

La finalidad que tiene este reporte es el de saber cuántos comunicadores (graduados, en curso) se registraron para optar por los trabajos-empleos que se ofrecen en la plataforma institucional. La funcionalidad de este espacio consiste en ingresar sus datos personales, llenar los campos obligatorios de manera clara-ordenada acorde a las peticiones del solicitante. Debemos tener en cuenta que son 263 candidatos, lo interesante de esta aplicación es que tanto estudiantes como graduados pueden acceder de forma rápida, sin restricciones, demostrando e indicando las bondades que tiene su uso.

### **Análisis de oferta laboral**

Se analizaron datos en páginas e instituciones que ofrecen sus servicios para ubicar vacantes en el sector laboral, la búsqueda de la información se centró específicamente en todo lo relacionado con el área de Comunicación. En estas páginas se realizan constantemente publicaciones sobre la oferta laboral existente, en donde se puede encontrar descripción del puesto, conocimientos que deben poseer el empleado y requisitos necesarios para ocupar la vacante.

La información fue adquirida en el mes de Diciembre del 2017 de la “Red Socio Empleo” y de los sitios web Computrabajo<sup>4</sup>, Jobrapido<sup>5</sup> y Opción Empleo<sup>6</sup>. Los períodos de búsqueda sobre ofertas laborales van desde el 16 de agosto hasta el 22 de diciembre del 2017. Aquí se encontraron 14 solicitudes de empleo para la ciudad de Quito en el área de Comunicación, las áreas de mayor demanda son: Comunicación digital, web y redes, Diseño gráfico y Edición digital-multimedia (Ver la tabla en Anexo 19).

En la Institución Socio Empleo se encontraron 6 solicitudes de vacantes de distintas empresas públicas y privadas como la del Hospital Pediátrico Baca Ortiz, Programa de Reparación Ambiental y Social (PRAS), Federación Social de Ecuatorianos con Discapacidad Física (FENEDIF), Ministerio de Coordinación de la Política Económica, RADTEX, Instituto Julio Fernando Andrade Veintimilla.

Cada solicitud de cargo tiene su descripción del puesto a ocupar y conocimiento que se debe poseer que se detalla a continuación: ejecutar la comunicación mediante la aplicación de estrategias, planes y programas de comunicación de mercadeo, imagen institucional y publicaciones mediante acciones dentro y fuera de la institución, manejo de redes sociales, redacción periodística, manejo y organización de eventos, diseño gráfico, conocimientos gramaticales y ortográficos, reglas de comunicación virtual, técnicas y estrategias de comunicación.

En su gran totalidad los requisitos que se solicitan son de 1 a 3 años mínimo de experiencia, no especifica un rango de edad, salarios que oscilan entre \$700 a \$1000 y un

---

<sup>4</sup> Más información en la página oficial: <https://www.computrabajo.com.ec/empleos-en-pichincha>.

<sup>5</sup> Más información en la página oficial: <http://ec.jobrapido.com/>.

<sup>6</sup> Más información en la página oficial: <https://www.opcionempleo.ec/>.

horario de 8 horas diarias. Como información complementaria se pudo hallar que en empresas específicas también se solicita contratar personas con discapacidad dando espacio para que también se unan a su equipo de trabajo y además como un requisito importante se plantea contratar a personas que posean una instrucción de conocimientos de cuarto nivel para ocupar el puesto de docente; debido a que, se encuentran artículos que exigen cambios en la educación superior que entró en vigencia desde el año 2008 en la Constitución de la República del Ecuador y por requisitos implementados por el Consejo de Educación Superior (CES).

Mientras que en los sitios web se encontraron 8 pedidos para ocupar puestos, en los requisitos procuran especificar de mejor manera sus requerimientos como poseer una experiencia laboral un poco más elevada que radica entre los 2 y 4 años de experiencia, un rango de edad que varía los 22 y 25 años, un sueldo que va desde el básico hasta 600 dólares.

La descripción del cargo en estas páginas se lo realiza de forma breve resumiéndolo en pocas palabras y solo menciona la aptitud de líder que se debe poseer mientras que las actividades por desempeñar en el cargo se procuran ser claro y preciso. Como resultado con las opciones más altas, 5 solicitudes de 8, se pone énfasis en que se debe poseer una buena redacción, conocimiento de investigación y planificación, gestión de redes y canales online. Actividades por desempeñar principalmente se basan en la elaboración de productos informativos y promocionales escritos, diseño gráfico institucional, redacción de boletines.

Las observaciones dieron como resultado que las empresas dan prioridad a una cita previa para hablar sobre el sueldo y, que muchos lugares solicitan a una persona solo por

pasantías. Es importante destacar que se busca con gran énfasis una persona que tenga características de líder y sea capaz de trabajar con grupos y bajo presión.

En ambas fuentes de obtención de información en el ámbito de descripción de cargos y actividades se asemejan, solicitando como prioridad a un comunicador que posea habilidades y se desenvuelva en todas las áreas, siendo ahora lo más importante una persona que posea conocimientos sobre manejo y redacción de redes sociales y páginas web. Se recalca que es de importancia tener un buen manejo de programas de diseño y programas informáticos para ser herramientas de ayuda. Otra de las similitudes encontradas fue que en todas las ofertas que se requiere en el mercado laboral se opta más por una persona que tenga sus estudios terminados, de 22 a 25 años y con una amplia experiencia laboral para que tenga un mejor desempeño en su cargo.

### **Anexos: tabla e información numérica.**

#### **Anexo 1. Graduados que participaron en el focus group.**

<b>Graduado participante</b>	<b>Título - Mención</b>
Braulio Delgado	Licenciado en Comunicación - Periodismo
Pablo Moreno	Licenciado en Comunicación - Multimedia
Carlos Acuña	Licenciado en Comunicación - Periodismo
Giovanny Córdova	Licenciado en Comunicación - Desarrollo
Rodrigo Echeverría	Licenciado en Comunicación - Desarrollo
Daniel Arroba	Licenciado en Comunicación - Multimedia

#### **Anexo 2. Entrevista Vanessa Vanegas – Educación Continua.**

Toda el área de Vinculación con la Colectividad la coordina en nuestra carrera Nicolás Dousdebés; ¿qué incluye vinculación con la colectividad?, pues, hay varias áreas, entre



ellas Seguimiento a Graduados, Educación Continua, Prácticas pre-profesionales, Proyectos de vinculación con la colectividad entre otras cosas más, pero la principal es Seguimiento a Graduados.

Ahora, como su nombre lo indica, -Vinculación con la Colectividad-, esta área es importante enfatizarla y respetarla, ya que significa el servicio social que hacemos los centros académicos. La razón de una universidad no solo es formar profesionales que van a insertarse en el campo laboral, ya que por sí es un servicio social, sino también generar proyectos que tengan una incidencia social. En esa línea se hacen proyectos, que es lo que coordina Nicolás Dousdebés; ahora, igualmente pensando en esta misma área de servicio social, se realizan capacitaciones permanentes y continuas, es aquí donde entra la Educación Continua.

Una vez que los estudiantes se han graduado, nosotros tenemos como obligación ética el continuar dándoles a nuestros estudiantes actualizaciones profesionales, porque nuestro primer público objetivo dentro de Educación Continua son los graduados. Pero el otro sector de Educación Continua, al que también estamos llamados a atender es a la sociedad en general. Dentro de todo este marco introductorio que hacemos en Educación Continua, básicamente es diseñar cursos de capacitación que según la Ley de Educación Superior deben tener como mínimo de 40 horas, y estos cursos deben responder a temáticas actuales obviamente coyunturales que permitan actualizar conocimientos.

La Ley nos obliga a que hagamos estos cursos, primero con la característica de mínimo 40 horas, y segundo que sean dirigidas al público en general. Es decir, son cursos abiertos; entonces, tomando en cuenta esto, por supuesto que generar cursos de actualización de

información es una contribución a la sociedad, por eso está dentro, insisto del área de Vinculación.

Ahora, que es súper importante acotar, institucionalmente esta área es nueva en la universidad, por eso ustedes generosamente como estudiantes están contribuyendo inclusive en la gestión académica a través de sus proyectos de titulación. Entonces, digamos que es un área que se está haciendo y está como en un proceso de mejoras. Dentro de la carrera cuál ha sido la gestión, yo estoy a cargo de Educación Continua desde el semestre anterior, periodo 50 y 51; no hay una normativa vigente interna que nos obligue a hacer un número de cursos por periodo; sin embargo, nosotros nos hemos establecido como meta hacer un promedio de 2 de estos cursos semestralmente por periodo académico.

El semestre anterior hicimos 2 cursos, uno que fue de radios comunitarias para jóvenes reporteros, esto lo trabajamos directamente con jóvenes de una organización social que es la fundación “Children International”, entonces, se capacitó a estos chicos para que hagan comunicación a través de la radio en el sector de La Colmena, ahí se ve claramente el trabajo de Vinculación; estamos capacitando a estos chicos de 15 a 20 años que no tienen una formación en comunicación, sin embargo, están llevando a cabo el acto comunicacional. Entonces, les dimos una capacitación, el capacitador fue Pablo Terán, que es docente de la carrera. Con todas estas características que les digo, miren la incidencia que puede tener, son cursos dirigidos a todo el público. Ahí no participó ningún estudiante de nosotros ya que fue dirigido a ellos.

Después hicimos otro curso, justamente atendiendo un tema coyuntural relacionado con la violencia de género; aquí hicimos un curso de tratamiento de violencia de género y

cyber-acoso. Este curso lo hicimos con 2 docentes, un interno que es Ricardo Rosales, y una capacitadora externa que es la psicóloga Carolina Félix. Para hacer el curso se involucraron estudiantes de la carrera, ex estudiantes y también público externo, por ejemplo vinieron estudiantes de la maestría de Derechos Humanos de la Universidad Andina, estuvieron algunos psicólogos educativos que trabajan en centros de nivel educativo de colegio, por esta razón se logró una capacitación ardua y completa. Esos son los dos cursos del periodo anterior.

En este periodo académico hicimos un curso que se llamó “Estrategias de comunicación participativas para la convivencia”, el facilitador fue externo, Adalid Contreras Baspineiro; de igual forma tuvimos una acogida supremamente interesante, vinieron académicos de la Universidad Católica, estudiantes de Comunicación de la misma universidad, estuvimos algunos docentes de la carrera, algunos estudiantes internos, graduados. El objetivo es ir cumpliendo y atendiendo esta demanda de mantener actualización de conocimientos y hacer un servicio social justamente a graduados para que se actualicen. Los precios son absolutamente simbólicos, por ejemplo, dentro de estos cursos de 40 horas los estudiantes pagan 25 dólares, es un costo absolutamente simbólico. Lo que tratamos es que solo se cubran los costos del curso.

Eso es básicamente Educación Continua, trabaja de la mano con Seguimiento a Graduados, ya que la idea es identificar cuáles son las necesidades académicas, de formación, actualización de los graduados para recopilar información que nos permita diseñar cursos que estén en función de los planteamientos establecidos.

### **Anexo 3. Tipo de empresa, organización o institución en la que trabaja.**

	<b>Número de personas</b>
PÚBLICA	126
PRIVADA	172
MIXTA (pública-privada)	7
Negocio o empresa familiar	8
Negocio o empresa propia	9
ONG	14
OTRO	9

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

### **Anexo 4. Tabla del sector económico al que se dedica la Empresa, Organización o Institución en la que trabaja el comunicador.**

Industrias manufactureras	4
Información y comunicación	81
Otras actividades de servicio	104
Servicios sociales y relacionados con la salud humana.	16
Suministro de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento	2
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	3
Transporte y almacenamiento	4

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

### **Anexo 5. ¿A qué nivel pertenece el cargo que ocupas en la empresa, organización o institución donde trabajas?**

	<b>Número de personas</b>
Nivel de Mando Medio	98
Nivel Gerencial	29
Nivel Operativo	218

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

### **Anexo 6. Crecimiento profesional basado en la aplicación o no de los conocimientos impartidos por la universidad.**

	<b>Número de personas</b>
Bastante Satisfactorio	86
Nada Satisfactorio	16
Poco Satisfactorio	56
Satisfactorio	140
Totalmente Satisfactorio	47

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo.

### **Anexo 7. Cantidad de personas afiliadas y no afiliadas al IESS.**

	<b>Número de personas</b>
No	52
Si	293

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

### **Anexo 8. Personas que tienen seguro privado (atención médica).**

	<b>Número de personas</b>
No	241
Si	104

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo.

### **Anexo 9. Rango en el cual encaja la remuneración que recibe un comunicador.**

	<b>Número de personas</b>
Más de \$1000 pero menor o igual a \$1500	39
Más de \$1500	16
Más de \$500 pero menor o igual a \$750	92
Más de \$750 pero menor o igual a \$1000	102
Menor o igual a \$500	96

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

### **Anexo 10. Grado de conformidad del profesional según su remuneración.**

	<b>Número de personas</b>
Bastante Satisfactorio	40
Nada Satisfactorio	38
Poco Satisfactorio	99
Satisfactorio	151
Totalmente Satisfactorio	17

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

### **Anexo 11. Estabilidad laboral.**

	<b>Número de personas</b>
Bastante Satisfactorio	70
Nada Satisfactorio	24
Poco Satisfactorio	53
Satisfactorio	159
Totalmente Satisfactorio	39

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.

## Anexo 12. Cuadros generales-específicos.

Espacios	Áreas	Sub-áreas	Tipos de puestos	Salarios	Ciudades
Universitarios – Fundaciones – Centros de Desarrollo Infantil	Educación, Docencia e Investigación – Comunicación, Relaciones Institucionales y Públicas	Investigación y Desarrollo	Parcial, completo y por contrato	De \$120 a \$7.200 (dependiendo el puesto)	Quito, Guayaquil y Cuenca

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo.

## Anexos 13 y 14. Especificación de ofertas laborales según el área establecida (Educación, Docencia e Investigación y Comunicación).

### Universidad Politécnica Salesiana – Sede Cuenca

Oferta	Área	Sub-área	Tipo puesto	Salario	Ciudad
Centro de Medios Virtuales – Empresas privadas	Tecnología, Sistemas y Telecomunicaciones – Diseño	Tecnología / Sistemas – Diseño Web	Tiempos completos	De \$700 a \$950 (dependiendo la oferta)	Cuenca
Asistente de Investigación-Evaluación de Pacientes con Vitíligo	Educación, Docencia e Investigación	Investigación y Desarrollo	Tiempo parcial	\$566	Cuenca
Asistente de Investigación-Telecomunicaciones	Educación, Docencia e Investigación	Investigación y Desarrollo	Tiempo completo	\$660	Cuenca
Asistente de Investigación Estudio de la calidad de servicio	Educación, Docencia e Investigación	Investigación y Desarrollo		\$3360	Cuenca

			Por contrato		
Asistente de Investigación: Contek Stories	Educación, Docencia e Investigación	Investigación y Desarrollo	Por contrato	\$7200	Cuenca
Asistente de Investigación "Proyecto PCI"	Educación, Docencia e Investigación	Investigación y Desarrollo	Tiempo parcial	\$450	Cuenca
Coordinador del Observatorio del Conocimiento	Educación, Docencia e Investigación	Investigación y Desarrollo	Tiempo completo	\$1015	Cuenca
Asistente de Investigación	Educación, Docencia e Investigación	Investigación y Desarrollo	Tiempo completo	\$667	Cuenca
Asistente de Investigación (Proyecto, Diseño e Implementación de un Sistema Piloto)	Educación, Docencia e Investigación	Investigación y Desarrollo	Tiempo completo	\$667	Cuenca

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo.

**Anexos 15 y 16. Especificación de ofertas laborales según el área establecida (Tecnología, Sistemas y Telecomunicaciones, Diseño).**

<b>Espacios</b>	<b>Áreas</b>	<b>Sub-áreas</b>	<b>Tipos de puestos</b>	<b>Salario</b>	<b>Ciudad</b>
Universitario – Editorial – Institución educativa	Comunicación, Relaciones Institucionales y Públicas – Oficios y Otros (Comunicación organizacional)	Comunicación – Relaciones Institucionales/Publicas – Trabajo Social	Tiempos completos	De \$500 a \$900	Quito, Guayaquil Cuenca y Pucará

**Carolose Travel**

<b>Oferta</b>	<b>Área</b>	<b>Sub-área</b>	<b>Tipo puesto</b>	<b>Salario</b>	<b>Ciudad</b>
WEB MÁSTER Y DISEÑADOR WEB	Tecnología, Sistemas y Telecomunicaciones	Tecnología / Sistemas	Tiempo completo	\$950	Cuenca

Nota: Elaborados por Carlos Tamayo.



**Comercial Carlos Roldán CIA. LTDA.**

<b>Oferta</b>	<b>Área</b>	<b>Sub-área</b>	<b>Tipo puesto</b>	<b>Salario</b>	<b>Ciudad</b>
DISEÑADOR WEB	Diseño	Diseño Web	Tiempo completo	\$700	Cuenca

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo.

**Anexos 17 y 18. Especificación de ofertas laborales según el área establecida (Comunicación, Relaciones Institucionales y Públicas, Oficios y otros).**

**Universidad Politécnica Salesiana – Sede Cuenca**

<b>Oferta</b>	<b>Área</b>	<b>Sub-área</b>	<b>Tipo puesto</b>	<b>Salario</b>	<b>Ciudad</b>
AUXILIAR 1 DE EDICIONES WEB	Comunicación, Relaciones Institucionales y Públicas	Comunicación	Tiempo completo	\$570	Cuenca
Auxiliar de Comunicación y Cultura	Comunicación, Relaciones Institucionales y Públicas	Comunicación	Tiempo completo	\$570	Cuenca

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo.

**Fundación “Ayuda en Acción” – Programa Ecuador**

<b>Oferta</b>	<b>Área</b>	<b>Sub-área</b>	<b>Tipo puesto</b>	<b>Salario</b>	<b>Ciudad</b>
Técnico para Fortalecimiento Organizativo	Oficios y Otros	Trabajo Social	Tiempo completo	\$900	Pucará – Provincia de Azuay

Nota: Elaborado por Carlos Tamayo.

### Anexo 19. Sitios Web (Computrabajo, Jobrapido, Opción Empleo) e Institución Pública (Red Socio Empleo).

EMPRESA	DESCRIPCIÓN/ CONOCIMIENTOS DEL CARGO	ACTIVIDADES	EDAD	SALARIO	FUENTE	ÁREA	EXPERIENCIA	OTROS
Hospital Pediátrico Baca Ortiz	Ejecutar la comunicación del hospital, mediante la aplicación de estrategias, planes y programas de comunicación de mercadeo, imagen institucional y publicaciones, mediante acciones dentro y fuera de la institución.	-Analizar e implementar el contenido en la página web y redes sociales. -Realiza la comunicación interna y externa del hospital. - Elaborar y diseñar el material impreso y audiovisual a publicarse. -Relaciones públicas.	-	1001-1500	Bolsa de empleo	Comunicación publicitaria y organizacional, marketing digital y multimedia	1-3 AÑOS	
Programa de Reparación Ambiental y Social (PRAS)	Comunicación social, manejo de redes sociales, redacción periodística	-Actualización de noticias. -Elaboración de boletines, desarrollo de campañas y activación de comunicación. -Apoyo en coberturas y desarrollo de eventos.	-	751-1000	Bolsa de empleo	Comunicador digital	1-3 AÑOS	
Federación Social de Ecuatorianos con Discapacidad Física FENEDIF	Comunicación social, manejo y organización de eventos, manejo de redes sociales, estrategia de comunicación	Coordinar programas radiales. -Elaboración de boletines. -Coordinación de eventos. -Administración de página web y redes sociales.	-	751-1000	Bolsa de empleo	Comunicador social	1-3 AÑOS	Personal con discapacidad
Ministerio de Coordinación de la Política Económica	Comunicación social, diseño gráfico	Productos informativos y promocionales escritos. - Diseño gráfico institucional.	-	751-1000	Bolsa de empleo	Diseño digital, web y redes, diseño grafico	1-3 AÑOS	

RADTEX	Comunicación y medios tecnológicos de la información	Programar, dirigir y supervisar las actividades de diagramación de productos, y publicitar	-	751-1000	Bolsa de empleo	Comunicador social	7-10 AÑOS	
Instituto Julio Fernando Andrade Veintimilla	Conocimientos gramaticales y ortográficos, reglas de comunicación virtual, técnicas y estrategias de comunicación	Docencia y gestión de comunicación para el instituto	-	501-750	Bolsa de empleo	Comunicador social	4-6 AÑOS	Tercer o cuarto nivel
NOVAGREE	Experiencia en neuroventas, conocimiento power point y word	-	25-45	A convenir	Computrabajos	Comunicador social	5 AÑOS	
F&E Ecuatoriana	Manejo de personal, trabajo en equipo, planificación de objetivos, dinámicas, perfil de líder	-	-	-	Jobrapido	Comunicador social	-	
Agencia de marketing digital	Redacción, excelente ortografía, facilidad de palabras	-	22-23	A convenir	Jobrapido	Comunicador social	-	Pasante
(SIN ESPECIFICAR)	Redacción, investigación, comunicación, gestión de redes, canales online, métrica digital	-	20-24	630	Jobrapido	Comunicador social	1-5 AÑOS	
FERMAENLACE	Comunicación efectiva, organización, planificación y liderazgo	-		Básico	Jobrapido	Comunicador social	2 AÑOS	
(SIN ESPECIFICAR) empresa pública	Conocimiento de programas informático, paquetes informáticos, planificación	Supervisar, elaborar plan de campaña		2850	Opcionempleo	Jefe de comunicación social	4 AÑOS	
EMPRESA SABIJERS	Redacción, investigación, gestión de redes, canales online,	Vocera	20-24	630	Computrabajos	Periodista	1-5 AÑOS	

EMPRESA CIUDAD VERDE	Desarrollar propuesta de comunicación y marketing para una campaña de posicionamiento de proyecto social, convocar a eventos del proyecto y presencia de medios	-	22-35	A convenir	Computrabajos	Comunicador social	3 AÑOS	
-------------------------	---	---	-------	------------	---------------	--------------------	--------	--

Nota: Elaborado por Estefanía Cevallos.