



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Propuesta de Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Ciencias de la comunicación Social**

**Tema:**

**“Estudio de la difusión y promoción de Ayudas Económicas Estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil y su incidencia en la información, que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, 2018”.**

**AUTORES:** Milena Gissell Vargas Salazar

Raúl Eduardo Chavarría Bone

**TUTOR:** Lcda. Jacqueline Gómez. MSc

**Guayaquil – Enero – 2019**



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> ESTUDIO DE LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE AYUDAS ECONÓMICAS ESTUDIANTILES, QUE OTORGA LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL Y SU INCIDENCIA EN LA INFORMACIÓN, QUE RECIBE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, 2018.		
<b>AUTOR(ES):</b> Chavarria Bone Raúl Eduardo Vargas Salazar Milena Gissell	<b>TUTOR:</b> Lcda. Jacqueline Gómez Sigcha MSc. <b>Tutor Revisor:</b> Oscar Vélez Mora, MSc.	
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad de Guayaquil	<b>FACULTAD:</b> Facultad de Comunicación Social	
<b>CARRERA:</b> Comunicación Social		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	99
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Comunicación y nuevas tecnologías		
<b>PALABRAS CLAVES:</b> Difusión, Promoción, Creación, Ayudas Económicas, Facebook		
<b>RESUMEN:</b> <b>Problema:</b> ¿Cómo incide la falta de información sobre las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, periodo lectivo 2018 – 2019 CII? <b>Objetivo:</b> analizar la difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil y su incidencia en la información que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, 2018. <b>Hipótesis:</b> la falta de difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, provoca desinformación en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, desaprovechando la oportunidad de ser beneficiarios. <b>Variables:</b> difusión y promoción de ayudas económicas estudiantiles, e incidencia en la información que reciben los estudiantes. <b>Diseño de la investigación:</b> enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo. <b>Tipo de Investigación:</b> descriptiva y explicativa. <b>Metodología:</b> inductivo e investigativo. <b>Técnicas de investigación:</b> entrevista y encuesta. <b>Selección de muestra:</b> muestreo aleatorio estratificado. <b>Resultados:</b> se comprobó la hipótesis de esta investigación. <b>Propuesta:</b> Diseñar el contenido de una página en la red social Facebook para difundir y promocionar las ayudas económicas.		
<b>ADJUNTO PDF</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>SI</b>	<input type="checkbox"/> <b>NO</b>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0997028112 0967258228	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:milena.vargass@ug.edu.ec">milena.vargass@ug.edu.ec</a> <a href="mailto:raul.chavarriab@ug.edu.ec">raul.chavarriab@ug.edu.ec</a>
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Lcda. Jacqueline Gómez Sigcha, MSc.	
	<b>Teléfono:</b> 0988138899 – 0997213476	
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:jacqueline.gomez@ug.edu.ec">jacqueline.gomez@ug.edu.ec</a>	



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

---

Guayaquil, 21 de febrero del 2019

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR**

Habiendo sido nombrado Oscar Velez Mora, MSc. tutor del trabajo de titulación: **Estudio de la difusión y promoción de Ayudas Económicas Estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil y su incidencia en la información, que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, 2018**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por VARGAS SALAZAR MILENA GISSELL con C.C.: 0940410772 y CHAVARRIA BONE RAÚL EDUARDO con C.C.:0952048213, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, ha sido REVISADO Y APROBADO en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

---

Oscar Velez Mora. MSc

C.C.: 1303149064



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL  
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Nosotros, Vargas Salazar Milena Gissell, C.I. **0940410772** y Chavarria Bone Raúl Eduardo C.I. **0952048213**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“ESTUDIO DE LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE AYUDAS ECONÓMICAS ESTUDIANTILES, QUE OTORGA LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL Y SU INCIDENCIA EN LA INFORMACIÓN, QUE RECIBEN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, 2018”** son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

---

Vargas Salazar Milena Gissell

C.I. No. 0940410772

---

Chavarria Bone Raúl Eduardo

C.I. No. 0952048213

\*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n, 899-Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- en el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN

## CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **MSc. JACQUELINE GÓMEZ SIGCHA**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por Vargas Salazar Milena Gissell, C.C.: 0940410772 y Chavarria Bone Raúl Eduardo, C.C.:0952048213, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social. Se informa que el trabajo de titulación: **“Estudio de la difusión y promoción de Ayudas Económicas Estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil y su incidencia en la información, que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, 2018”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND quedando el 4% de coincidencia.

Categoria	Enlace/nombre de archivo
	Tesis para Urkund (1).docx
Fuentes alternativas	
	Angela Triviño Muñoz Tesis 2019.docx
	TESIS GÓMEZ MARIA JOSE COPIA PDF.pdf
	http://www.unach.edu.ec/reglamentos/images/odf/reglamento_becas1.odf
	https://docplayer.es/18742923-Reglamento-de-becas-y-ayudas-economicas-para-est...
	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15317/1/TESIS_16_DE_JUNIO_DEL_20...
	http://www.allat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicaci...
	https://bularda.unilaon.es/bitstream/handle/10612/5670/71/686857X_GMMI_Sacros...

**MSC. JACQUELINE GÓMEZ SIGCHA**

C.I. 1709181596



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**

---

Guayaquil, 24 de enero del 2019

**CARTA AL DIRECTOR DE LA CARRERA**

**Señor**

**Lcdo. Julio César Armanza, MSc.  
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
Ciudad. -**

De mis consideraciones:

Envío a Ud. El informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de titulación **“ESTUDIO DE LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE AYUDAS ECONÓMICAS ESTUDIANTILES, QUE OTORGA LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL Y SU INCIDENCIA EN LA INFORMACIÓN, QUE RECIBEN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, 2018”** (los) estudiante (s) **Vargas Salazar Milena Gissell** y **Chavarria Bone Raúl Eduardo**, indicando ha(n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

---

**MSC. JACQUELINE GÓMEZ SIGCHA**

C.I.1709181596

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecemos infinitamente a Dios, por darnos la vida y guiarnos hasta el presente momento, en segundo lugar, a gran parte de nuestra familia por colaborar y especialmente a nuestros padres quienes han sido el sustento y han creído en nosotros sin duda alguna.

A nuestros profesores quienes nos han formado académicamente en el transcurso de esta carrera universitaria, especialmente a nuestra tutora la Lcda. Jacqueline Gómez, gracias por su paciencia, dedicación y preocupación para poder elaborar este proyecto investigativo.

A nuestros compañeros y amigos que formaron parte de esos consejos, ánimos para continuar y poder lograr nuestras metas, hemos convivido alegrías, tristezas y emociones que perduraran para siempre.

## **DEDICATORIA**

A nuestros padres, hermanos y hermanas, por el simple hecho de ser nuestros pilares fundamentales y poder llegar hasta el objetivo alcanzado, por la paciencia, por los consejos, por la correcta formación, que nos han servido de mucho, infinitamente a ellos, que han sido nuestra motivación esencial para poder culminar una meta más.

# ÍNDICE

CONTRAPORTADA	ii
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR	iii
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	iv
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	v
CARTA AL DIRECTOR DE LA CARRERA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
ÍNDICE	ix
Índice de Tablas	xii
Índice de Figuras	xiii
Índice de Gráficos	xiv
Índice de Anexos	xiv
Resumen	xv
Abstract	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento del Problema	3
1.2 Formulación del Problema	3
1.3 Objetivo de la Investigación	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.3.2 Objetivos Específicos	4
1.4 Justificación	4
1.5 Delimitación del Problema	6
1.6 Hipótesis	7
1.7.1 Variable Independiente	7
1.7.2 Variable Dependiente	7
1.7.3 Matriz de Congruencia	7
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1 Antecedentes de la investigación	9
2.2 Marco Teórico	10
2.2.1 La Difusión	10

2.2.2 Medios de comunicación masiva. _____	12
2.2.3 Clasificación de los medios masivos _____	13
2.2.6 La información _____	19
2.2.7 Ayudas económicas _____	21
2.2.7.2 Desembolso de ayudas económicas para estudiantes, Universidad de Guayaquil _____	22
2.3 Marco Contextual _____	24
2.4 Marco Conceptual _____	26
2.5 Marco legal. _____	28
<b>CAPÍTULO III _____</b>	<b>32</b>
<b>ASPECTOS METODOLÓGICOS _____</b>	<b>32</b>
3.1 Diseño de Investigación _____	32
3.2 Tipos de Investigación _____	32
3.2.1 Investigación Descriptiva _____	32
3.2.2 Explicativa _____	32
3.3.1 Método inductivo _____	33
3.3.2 Método investigativo _____	33
3.4 Técnicas de Investigación _____	33
3.4.1 La entrevista _____	34
3.4.2 Encuesta _____	34
3.5 Instrumentos de la investigación _____	34
3.6.2 Muestra _____	35
3.7 Análisis de los Resultados _____	38
3.8 Análisis de entrevistas _____	51
<b>CAPÍTULO IV _____</b>	<b>54</b>
<b>PROPUESTA _____</b>	<b>54</b>
4.1 Introducción _____	54
4.2 Objetivo _____	55
4.2.1 Objetivo general _____	55
4.2.2 Objetivos específicos _____	55
4.3 Contenido de la página / desarrollo de la propuesta _____	55
4.3.1 ¿Qué son ayudas económicas? _____	55
4.3.2 Etapas de postulación. _____	56
4.3.3 Tipos de Ayudas Económicas Estudiantiles, _____	56
4.3.4 Requisitos para las ayudas asistenciales. _____	56
4.4 Ayudas Económicas Estudiantil en FACSO _____	58

<b>4.5 Creación de la página</b>	59
<b>4.6 Matriz</b>	69
<b>4.7 Presupuesto</b>	70
<b>Conclusiones y Recomendaciones</b>	71
<b>5.1 Conclusiones</b>	71
<b>5.2 Recomendaciones</b>	72
<b>ANEXOS</b>	76

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> tipos de beneficiarios.....	5
<b>Tabla 2</b> <i>Operacionalización de las variables</i> .....	7
<b>Tabla3:</b> Clasificación de los medios masivos.....	13
<b>Tabla 4</b> Población .....	35
<b>Tabla 5:</b> Muestra .....	37
<b>Tabla 6:</b> Carrera que estudia .....	38
<b>Tabla 7:</b> Semestre.....	39
<b>Tabla 8:</b> Medio de difusión de noticias en Facso .....	40
<b>Tabla 9:</b> Conoce sobre las ayudas económicas.....	41
<b>Tabla 10:</b> Recibió información de las ayudas económicas en Facso.....	42
<b>Tabla 11:</b> Especifique el medio de difusión.....	43
<b>Tabla 12:</b> Departamento responsable de ayudas económicas .....	44
<b>Tabla 13:</b> Indique el departamento .....	45
<b>Tabla 14:</b> Recibe ayudas económicas .....	46
<b>Tabla 15:</b> Redes sociales más utilizadas .....	47
<b>Tabla 16:</b> Difusión mediante redes sociales.....	48
<b>Tabla 17:</b> Consideras favorable las ayudas económicas .....	49
<b>Tabla 18:</b> Ayudas económicas como motivación .....	50
Tabla 19 Cronograma de difusión y promoción.....	69
Tabla 20 presupuesto.....	70

## Índice de Figuras

<b>Figura 1:</b> Las 4P del marketing mix .....	18
<b>Figura 2</b> Desembolsos de ayudas económicas.....	23
<b>Figura 3</b> Seguro Estudiantil .....	24
<b>Figura 4</b> Contenido del perfil.....	60
<b>Figura 5</b> Imagen de Perfil .....	61
<b>Figura 6</b> Imagen de portada .....	62
<b>Figura 7</b> Requisitos ayudas económicas: discapacidad o enfermedad catastrófica .....	63
<b>Figura 8</b> Requisitos ayudas económicas: carencia de recursos económicos .....	64
<b>Figura 9</b> Requisitos ayudas económicas: por excelencia académica.....	65
<b>Figura 10</b> Requisitos por Excelencia Deportiva Internacional .....	66
<b>Figura 11</b> Tipos de ayudas económicas .....	67
<b>Figura 12</b> Descargar los formatos de requisitos en el SIUG .....	68

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico 1:</b> Carrera que estudia .....	38
<b>Gráfico 2:</b> Semestre .....	39
<b>Gráfico 3:</b> Medio de Difusión de noticias en Facso .....	40
<b>Gráfico 4:</b> Conoce sobre las ayudas económicas .....	41
<b>Gráfico 5:</b> Recibió información de las ayudas económicas en Facso.....	42
<b>Gráfico 6:</b> Especifique el medio de difusión.....	43
<b>Gráfico 7:</b> Departamento responsable de ayudas económicas .....	44
<b>Gráfico 8:</b> Indique el departamento .....	45
<b>Gráfico 9:</b> Recibe Ayudas económicas.....	46
<b>Gráfico 10:</b> Redes sociales más utilizadas .....	47
<b>Gráfico 11:</b> Difusión mediante redes sociales .....	48
<b>Gráfico 12:</b> Considera favorable las ayudas económicas.....	49
<b>Gráfico 13:</b> Ayudas económicas como motivación .....	50

## Índice de Anexos

<b>Anexos 1:</b> Formato de encuesta.....	77
<b>Anexos 2:</b> Evidencia de Encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social .....	80
<b>Anexos 3:</b> Evidencia de entrevista realizada .....	81



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**Estudio de la difusión y promoción de ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil y su incidencia en la información, que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, 2018.**

**Autor:** Vargas Salazar Milena Gissell

Chavarría Bone Raúl Eduardo

**Tutor:** Jacqueline Gómez Sigcha

### **Resumen**

**Problema:** ¿Cómo incide la falta de información sobre las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, periodo lectivo 2018 – 2019 CII? **Objetivo:** analizar la difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil y su incidencia en la información que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, 2018. **Hipótesis:** la falta de difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, provoca desinformación en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, mismos que pierden la oportunidad de ser beneficiarios. **Variables:** difusión y promoción de ayudas económicas estudiantiles, e incidencia en la información que reciben los estudiantes. **Diseño de la investigación:** enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo. **Tipo de Investigación:** descriptiva y explicativa. **Metodología:** inductivo e investigativo. **Técnicas de investigación:** entrevista y encuesta. **Selección de muestra:** muestreo aleatorio estratificado. **Resultados:** se comprobó la hipótesis de esta investigación. **Propuesta:** Diseñar el contenido de una página en la red social Facebook, para difundir y promocionar las Ayudas Económicas.

**Palabras Clave:** Difusión, Promoción, Información, Creación, Ayudas Económicas, Facebook



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**“Study of the diffusion and promotion of the economic aid and its incidence in information that received by students in the faculty of Social Communication, 2018”**

**Author(es):** Vargas Salazar Milena Gissell

Chavarria Bone Raúl Eduardo

**Scientific advisor:** MSc. Jacqueline Gómez Sigcha

### **Abstract**

**Problem:** how does the lack of information about the student's economic aid granted by the University of Guayaquil affect the students of the faculty of Social Communication in period 2018 - 2019 CII? **Objective:** to analyze the dissemination and promotion of student economic aid granted by the University of Guayaquil and its incidence on the Faculty of Social Communication in 2018. **Hypothesis:** the lack of dissemination and promotion of economic aid granted by the University of Guayaquil causes misinformation for students of the faculty of Social Communication, and it leads to loss the opportunity to be a beneficiary. **Variables:** dissemination and its promotion of student economic aid and impact on the information received by students. **Research design:** mixed, quantitative and qualitative approach. **Kind of investigation:** descriptive and explanatory. **Methodology:** inductive and investigative. **Research techniques:** interview and survey. **Sample selection:** stratified random sampling. **Results:** the hypothesis of this investigation was verified. **Proposal:** design the content of a page on the social network Facebook in order to disseminate and promote student economic aid.

**Keywords:** Diffusion, promotion, information, creation, economic aid, Facebook.

## INTRODUCCIÓN

La formación en universidades de excelencia, debe incidir en áreas de interés nacional, es un aspecto prioritario, sobre todo si se toma en cuenta la proporción del conocimiento que proviene de países con mayor desarrollo científico y tecnológico, por el que se tiene que pagar grandes sumas de dinero.

La Universidad de Guayaquil y el Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil, enfocan sus esfuerzos en el desarrollo académico, social, cultural y deportivo de la comunidad universitaria, con el programa de Ayudas Económicas Estudiantiles.

El objeto, es conocer como incide la falta de información, para el correcto aprovechamiento de ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social.

Para este estudio, se tiene que analizar la información que manejan los directivos del departamento de Bienestar Estudiantil, sobre las ayudas económicas estudiantiles, y su incidencia en la población, en estudio de este trabajo. Este documento, se desarrolla de manera organizada en capítulos, reportando resultados del trabajo de investigación realizado.

**En el capítulo I**, se presenta el problema de investigación, mediante su formulación, derivándose los objetivos y la hipótesis de investigación, donde se plantea la falta de difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, provoca desinformación en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, sobre los servicios asistenciales y así, pierden la oportunidad de ser beneficiarios ante cualquier ayuda económica.

**El capítulo II**, Marco Teórico, su investigación especifica cada una de las variables del tema como la difusión, promoción, información y ayudas económicas, para un mejor entendimiento y a su vez, la fundamentación legal y desarrollo de las respectivas definiciones de términos.

**El capítulo III**, Metodología de la Investigación, plantea recabar la información de campo con métodos, técnicas e instrumentos aplicados durante el proceso.

**El capítulo IV**, Diseño de la Propuesta, una vez definidos los datos, a través de las encuestas, se obtendrá la creación de una página oficial en la red social Facebook, para la difusión y promoción de las Ayudas Económicas Estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del Problema

Este proyecto es significativo, porque orienta su estudio a la difusión y promoción de ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil, a la Facultad de Comunicación Social; para esto, se deberá prestar servicios de asesoramientos, para el otorgamiento de ayudas económicas, a través del departamento de Bienestar Estudiantil, con el afán de contribuir al desarrollo personal, profesional del estudiante.

Se busca contribuir al desarrollo de un sistema de gestión de calidad en la institución educativa, siendo el resultado, comparar lo que el estudiante espera de un servicio con lo que recibe.

El objetivo de la difusión, es hacer que los estudiantes estén informados sobre las ayudas económicas estudiantiles, para obtener acceso a este beneficio. La Facultad de Comunicación Social, debe tener en su cronograma la debida planificación para que sus estudiantes, aprovechen dichos recursos que ayudarán en la contribución del desarrollo profesional, social y personal del estudiante.

Ésta ayuda, llega a cada una de las facultades de la Universidad de Guayaquil, incluyendo la de Comunicación Social, que debe facilitar la información por medio del departamento de Bienestar Estudiantil. Sin embargo, carece de planificación, para difundir información en los cursos durante el inicio del ciclo de clases.

### 1.2 Formulación del Problema

¿Cómo incide la falta de información sobre las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, periodo lectivo 2018 - 2019 CII?

## **1.3 Objetivo de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar la difusión y promoción de las Ayudas Económicas Estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil y su incidencia en la información que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, 2018.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar el estado actual en que se encuentra la difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, en la Facultad de Comunicación Social.
- Conceptualizar las teorías y contenidos que sostendrán el marco teórico, basando su investigación en aspectos legales y desarrollo de los tipos de ayudas económicas.
- Establecer los métodos, técnicas e instrumentos, para recabar la información de campo en la Facultad de Comunicación Social, sobre las Ayudas Económicas Estudiantiles.
- Diseñar una página en la red social Facebook, para difundir y promocionar las Ayudas Económicas Estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil.

## **1.4 Justificación**

El presente proyecto de investigación, se justifica, al ser pertinente para el desarrollo de la educación superior en el país, la Constitución de la República, en su artículo 27 dice que: [...] “La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos” (Ecuador, 2008).

La Universidad de Guayaquil, ofrece las ayudas económicas para estudiantes regulares de todas las facultades, por ello, el Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil, está en la obligación de implementar programas que ayuden y aseguren el desarrollo de los estudiantes (Guayaquil, 2018). Los beneficiarios serán los alumnos que cuenten

con un proceso educativo destacado, que hagan parte de las minorías o que sobresalgan por actividades deportivas.

**Tabla 1** tipos de beneficiarios

<b>Ayudas económicas estudiantiles</b>	<b>Beneficiarios</b>
Excelencia académica	Estudiantes con promedios de 9,5/10
Excelencia deportiva internacional	Deportista de alto rendimiento y que ha representado internacionalmente al país. Documentos emitidos por la autoridad nacional competente.
Carencia de recursos o sostenibilidad	Con la debida documentación, especificar dichas carencias de recursos
Por discapacidad	Presentación del carnet de CONADIS.

**Fuente:** Reglamento de las ayudas económicas

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

La Facultad de Comunicación Social, contribuye al desarrollo profesional de los estudiantes. En la actualidad, existe un total de 3,871 estudiantes del ciclo II, periodo lectivo 2018 - 2019, en sus cuatro carreras, siendo estas, Comunicación social, con 1,948, Hotelería y Turismo, 482, Publicidad, 687 y Diseño Gráfico con 754. Los alumnos beneficiarios de FACSO, año 2018; sobre las ayudas económicas estudiantiles, fueron un total de 70, en los cuatro tipos de ayudas, recibiendo un total de \$579,00 finalizado el semestre.

**Tabla 2** Número de Beneficiarios 2018

<b>Carrera</b>	<b>Número de ayudas 2018</b>
Comunicación social	49
Pública y mercadotecnia	5
Hotelería y Turismo	9
Diseño Gráfico	7

**Fuente:** Departamento de Bienestar Estudiantil de FACSO

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

El problema, se encuentra al momento de difundir de forma tácita y clara, las obligaciones de la universidad hacia los estudiantes, la ley reglamenta lo que el estado en la constitución ofrece en su presupuesto, para la educación superior y es obligación

de los departamentos encargados por el estatuto de ésta alma mater, promover el uso de las ayudas económicas a los estudiantes.

La relevancia de este estudio, consiste en que la información obtenida, servirá para investigaciones futuras dentro del campo educativo.

Es importante, mantener una constante difusión, sobre las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil; y así, los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, estén debidamente informados, más aun los de primer semestre.

El presente proyecto, se justifica por la falta de difusión y promoción de contenidos necesarios sobre las Ayudas Económicas Estudiantiles, por parte del Departamento de Bienestar Estudiantil, en la Facultad de Comunicación Social.

## **1.5 Delimitación del Problema**

**Área:** social

**Tema:** Estudio de la difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil, y su incidencia en la información que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, 2018.

**Audiencia:** estudiantes de la Facultad de Comunicación Social y autoridades de dicha institución.

**Edades:** De 18 a 30 años de edad.

**Grupo Social:** extracto social bajo, medio, alto.

**Necesidades:** difundir contenidos sobre las ayudas económicas estudiantiles, a los estudiantes de FACSO

**Recursos:** mediante los instrumentos de las encuestas, entrevistas.

**Delimitación espacial:** Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Guayaquil, ciudadela Quisquis, calle Eugenio Espejo E/Héctor Toscano y Abel Romero Castillo.

## **1.6 Hipótesis**

La falta de difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, provoca desinformación en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, sobre este beneficio; y así, perder la oportunidad de contar con cualquier ayuda económica estudiantil.

## **1.7 Variables**

### **1.7.1 Variable Independiente**

Difusión y promoción de Ayudas Económicas Estudiantiles.

### **1.7.2 Variable Dependiente**

Incidencia en la información que reciben los estudiantes.

### **1.7.3 Matriz de Congruencia**

Tabla 3 Operacionalización de las variables

<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>ÍTEMS</b>
<p><b>Variable Dependiente:</b> Incidencia en la información que reciben los estudiantes.</p>	<p>Estudio de la difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles:  Institución Carrea</p>	<p><b>Cantidad de AEE en el contexto académico</b>  Campo Educativo  Campo Científico</p>	<p>¿Por qué medios usted recibe información académica en FACSO? ¿La Facultad de Comunicación Social en algún momento le brindó información sobre las ayudas económicas estudiantiles? ¿Consideras las ayudas económicas estudiantiles, como motivación para el estudiante? ¿Conoce el departamento encargado de las ayudas económicas en FACSO?</p>
<p><b>Variable Independiente:</b> Difusión y promoción de Ayudas Económicas estudiantiles.</p>	<p>Ayudas Asistenciales: Ayudas económicas estudiantiles</p>	<p>Clasificación de ayudas económicas estudiantiles:  Excelencia Académica  Carencia de Recursos o Sostenibilidad  Excelencia deportiva, cultural o distinción científica  Para personas con discapacidad.</p>	<p>¿Conoce sobre las ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil? ¿Es beneficiario de alguna ayuda económica estudiantil? ¿Conoce usted qué departamento de FACSO es responsable de brindar información sobre las ayudas económicas estudiantiles? ¿A través de qué red social le gustaría recibir o estar informado sobre las ayudas económicas estudiantiles?</p>

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de la investigación

A nivel mundial, la educación ha sido reconocida como gratuita y un derecho de todos los ciudadanos, corresponde al desarrollo socioeconómico, político y cultural de un país, el estado permanentemente otorgará incentivos para crear nuevas oportunidades y fortalecer el campo educativo; pero en ocasiones, son interrumpidas por la crisis económica.

Para incentivar la educación superior en Ecuador, se llevó a cabo la creación del Instituto de Fomento al Talento Humano, ente encargado de gestionar los recursos públicos, destinados a ciudadanos beneficiarios de programas del Fomento al Talento Humano, para alcanzar el desarrollo social, económico y en particular mejorar la matriz productiva del país.

Siendo así, la Universidad de Guayaquil, está en la obligación de otorgar, citando el artículo 151 del Estatuto Orgánico de la Universidad de Guayaquil:

El Honorable Consejo Universitario asignará obligatoriamente en el presupuesto, por conceptos de ayudas económicas para al menos al diez por ciento (10%) de sus estudiantes regulares, de conformidad con lo prescrito en la Ley Orgánica de Educación Superior, El Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil realizará la planificación, control evaluación e información ante el Honorable Consejo Universitario. (Guayaquil, 2018 , pág. 57)

Los estudiantes legalmente matriculados a partir del segundo semestre, podrán aplicar a las ayudas económicas por excelencia académica y excelencia deportiva, pero, en el caso de las ayudas económicas por; carencia de recursos económicos, discapacidad o enfermedad catastrófica pueden aplicar desde el primer semestre, en cualquiera de las carreras ofertadas por la Universidad de Guayaquil, tienen el total derecho de aprovechar las diferentes tipos de ayudas económicas estudiantiles, y con el debido proceso, convertirse en beneficiarios.

Para el desarrollo de la investigación sobre la falta de difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, que otorga la universidad de Guayaquil y su incidencia en la información que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, se realizó una minuciosa búsqueda donde se recopilaron varios trabajos que tienen relación con la presente investigación.

En base Montero manifiesta [...] “las variables que más inciden en el desarrollo industrial, desde las políticas públicas, es la falta de universidades e institutos superiores generadoras de investigación y desarrollo. El gasto en I + D debe ser decisivo para promover el desarrollo del país y el cambio de la matriz productiva” (Montero, 2018). El objetivo principal del estudio es el análisis al Fortalecimiento del Sistema de Educación Superior y cómo influye en el contexto social.

El principal objetivo del estudio para la autora “es analizar la página de Facebook y su influencia en la comunicación organizacional interna de la Facultad de Comunicación Social” (Salazar, 2017, pág. 5). Será referente en base a la propuesta en desarrollo, pues, mediante la red social Facebook se puede abarcar a una población amplia.

El problema del estudio de las autoras Clavijo y Moran, se desarrolló por “la falta de un plan estratégico para dar a conocer los servicios asistenciales del departamento de Bienestar Estudiantil” (Clavijo & Moran, 2016, pág. 2). El presente trabajo investigativo será de gran ayuda para los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, pues mejora la difusión de la información y con más facilidad promocionar las ayudas económicas estudiantiles.

## **2.2 Marco Teórico**

### **2.2.1 La Difusión**

La difusión en término general, es el efecto de definir información accesible sobre cualquier ámbito para difundirse al público objetivo, se puede difundir ya sea por los medios tradicionales o mediante plataformas digitales, para llegar a una audiencia más amplia.

La difusión es una estrategia que conlleva al progreso y desarrollo de la sociedad, existen canales para la difusión como: [...] “los canales oficiales o tradicionales garantizan, de acuerdo a las y los participantes, el reconocimiento de otros artistas, de críticos, investigadores” (Oliva, 2017, pág. 11). Los usuarios, en este caso, manejan la información emitida, dando un alcance eficaz y rápido a todas las sociedades, cualquier persona puede difundir información, pero tendrá que hacerlo con responsabilidad y cumpliendo con requisitos del receptor.

Formalmente, la difusión y la comunicación se complementan para dar a conocer una noticia, información o servicio, con el único objetivo de hacerlo público para las masas, [...] “La difusión de productos a través de redes sociales es un campo de aplicación del mercadeo donde la decisión de compra de un consumidor es influenciada por factores internos y externos como su red de conocidos y familiares” (Robledo, Duque, & Zuluaga, 2013, pág. 28). La difusión se convertirá en lo que vamos a informar, interviene únicamente el emisor y el medio que difunda, existen diferentes medios como la televisión, radio, prensa, cine que son fundamentales al momento de difundir información.

Para los autores Jiménez y Ponce, [...] “la difusión de la información se encarga de recoger y analizar las documentaciones científicas o de otras fuentes que contengan actuales conocimientos con la finalidad de distribuirla de una manera eficaz para el usuario” (Jiménez & Ponce, 2016, pág. 11). Difundir cualquier tipo de información es transmitir conocimientos, es normal dentro de los medios de comunicación, pero sin difusión, el medio carece de importancia, entonces tendrá que basarse en difundir hechos, noticias, ideas u opiniones.

### **2.2.1.1 Antecedentes históricos de la difusión**

El ser humano, durante su evolución siempre busco maneras para poder comunicarse, difundir, transmitir y recibir pensamientos e información de otros; se transformó en una necesidad tan esencial, que optaron por la creación de nuevos medios para mejorar el proceso comunicativo.

Los medios de comunicación masiva son fuente principal para el desarrollo de la sociedad, están ligados al proceso de difusión con el uso de tecnologías, su función principal es informar con responsabilidad, entretener a las audiencias, comunicar con veracidad y ser conscientes que pueden existir repercusiones tanto positivas o negativas todo dependerá del contenido.

A raíz de la implementación de las tecnologías en los medios de comunicación (periódico, radio, televisión, cine), cambiaron su manera de impartir la información, [...] “las nuevas tecnologías han revolucionado el sector de los medios de comunicación tradicionales, siendo internet una nueva herramienta para alcanzar a nuevos consumidores, en cualquier lugar y momento” (Franco de Prado, 2016 , pág. 9). Difundir vía online se volvió una herramienta muy importante para los medios de difusión, porque cambió por completo el proceso de interacción con el público.

### **2.2.2 Medios de comunicación masiva.**

Actualmente, para lograr una exitosa forma de difusión informativa, los medios de comunicación masivos utilizan equipos de tecnología moderna, computadoras, internet, celulares, también aplicaciones como las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram, que permiten a las personas estar conectadas a tan solo un clic.

Los medios de comunicación masiva difunden la información, proporcionando el conocimiento sobre diferentes productos y servicios al consumidor. Con existencia de muchas marcas, modelos, tipos y clases de productos, el que no está presente en los medios publicitarios simplemente no existe. De esta manera las empresas se posicionan en la mente del consumidor adquiriendo el poder sobre sus acciones: las decisiones de compra. (Golovina, 2014, pág. 73)

Todo contenido necesita una planificación y estrategia de difusión mediante los canales apropiados, el internet e inmersa las redes sociales, se convertirían en una fuente propicia. “Las redes sociales ayudan en la difusión de información y conocimiento haciéndola más eficiente” (Sanchez, Schmidt, Zuntini, & Obiol, 2017, pág. 71). De manera general, a diario se comparten miles y miles de contenidos en los medios de comunicación tradicional o plataformas digitales, son necesarios para obtener un mayor alcance en la audiencia, lo importante será establecer el medio y la forma de difusión.

### 2.2.3 Clasificación de los medios masivos

Harry Pross, 1972, **Citado por** (Domínguez, 2012, pág. 13) Los medios de comunicación masiva a medida del incremento de la tecnología, se tornaron distintos al momento de difundir, pero con el mismo objetivo de informar a las masas, fue necesario clasificarlos de la siguiente manera:

- **Medios primarios:** son aquellos que están ligados al cuerpo, necesita no necesita de avances tecnológicos para su comunicación.
- **Medios Secundarios:** el emisor necesita técnicas para la difusión del mensaje, en cambio el receptor no necesita de ninguna técnica (tecnología).
- **Medios Terciarios:** tanto emisor como receptor necesitan el uso de tecnologías, es decir, un aparato para descifrar el mensaje.
- **Medios Cuaternarios:** son los actuales medios de difusión masiva, utilizan tecnología de última gama, permite al usuario una mejor emisión y recepción de mensajes.

Tabla4: Clasificación de los medios masivos

<b>Medios Primarios</b>	<b>Medios Secundarios</b>	<b>Medios Terciarios</b>	<b>Medios Cuaternarios</b>
Propios (orador, profesor, obra de teatro, sacerdote)	Máquinas (periódicos, folletos, revistas)	Medios electrónicos (televisión, radio, teléfono)	Medios digitales (internet, celulares, computadoras)

**Fuente:** Medios de Comunicación Masivos

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

### 2.2.4 Tipos de medios de comunicación masivos

#### 2.2.4.1 Prensa escrita

El término de prensa escrita se involucra a un conjunto de publicaciones impresas en un papel, con el fin de informar, difundir y entretener al público objetivo. Se puede distinguir por su periodicidad al momento de su publicación, puede ser diaria, semanal, mensual, semestral e incluso anual. Depende del lapso de tiempo en que se publiquen, si se aplica de forma diaria, se informaría temas como: política, sociales,

economía, deporte, cultura, pero si la difusión de la publicación es más distanciada serán relacionados con temas más complejos: medicina, salud, cine.

La historia de prensa escrita data desde la Edad Antigua, se difundían textos en hojas de seda o papiro y en placas de metal o piedra. Con la aparición de la imprenta, la prensa escrita se convirtió en el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo. La información es la función más destacada porque persuade, informa, educa y entretiene.

Los cambios que se han generado en el entorno a la prensa escrita se deben a la implementación de la tecnología, así el autor Rodríguez explica:

El periodismo escrito evoluciona a pasos agigantados de la mano de las TIC. Los avances en el campo tecnológico, la existencia de cada vez más y mejores dispositivos, así como las nuevas posibilidades de acceso a espacios y entornos digitales, hacen de esta una evolución en continuo movimiento. (Rodríguez, 2015, pág. 5)

Es normal que se reciba información en los dispositivos electrónicos, computadores, Smartphone, Tablet, a cualquier hora del día, los medios impresos han mejorado su periodicidad mediante las plataformas digitales, porque existe un constante bombardeo de noticias.

En Ecuador, las secciones principales de las revistas se derivan en “Política, Deportes, Economía, Ciencia, Cultura, Opinión, Actualidad, Educación, Mundo, Locales Y Páginas Sociales” (Coronel, 2015, pág. 63). Esto se debe a la variación de las edades y con ello, más demanda de los lectores.

#### **2.2.4.2 La Radio.**

La Radio, es un aparato transmisor de ondas sonoras, completamente auditivo donde se aprecia el léxico, música y anuncios publicitarios; en comparación a la televisión es de bajo costo y posee un alcance mayor. Los programas radiales se difunden en los lugares de trabajo u oficina, desde la comodidad de sus hogares o desde sus vehículos.

La radio aún tiene importancia dentro de la sociedad, citando a Cerezo [...] “la radio a más de ser útil e indispensable para el servicio de la población, también los políticos, religiosos y otros grupos sociales usan la radio por su legitimidad” (Cerezo, 2016). Como medio de difusión, la radio va más allá de solo divertir y entretener, también, instruye, informa y trata sobre cultura.

La radio hoy en día se volvió multimedia gracias a la tecnología, se denominan radios online, se puede sintonizar cualquier emisora mediante computadoras o celulares. Las plataformas digitales, han transformado el modo cotidiano de los oyentes al momento de sintonizar la frecuencia favorita, pues mejora las posibilidades de interacción y respuesta, otro punto a favor, es la gratuidad e inmediatez de la difusión de los mensajes.

#### **2.2.4.3 El Cine**

Dentro de los tipos de comunicación masiva, los proyectos cinematográficos representan la cultura e identidad de cada país, el proceso de difusión se determina por su fuerza audiovisual, provocando en el público mayor impacto a diferencia a un medio televisivo.

El cine ecuatoriano surge con mayor fuerza partir de 1970, con anterioridad cineastas ecuatorianos empezaron a grabar pequeños extractos de películas y documentales, a raíz de ello, se dieron cuenta que necesitaban conocer más sobre su estructura. En base a lo expuesto por el investigador ecuatoriano Rubín de Selis, [...] “El cine en Ecuador hasta hace poco prácticamente invisible fuera de sus fronteras, ha vivido un lento proceso de expansión tanto industrial como tecnológica a lo largo de las últimas décadas” (Rubín de Selis, 2014, pág. 33). Debido a que el ecuatoriano prefiere consumir producciones norteamericanas y no brindar oportunidad la producción propia.

#### **2.2.4.4 Televisión**

La televisión, es uno de los inventos más valiosos creados por el hombre, a principios del siglo XX y hasta la actualidad es uno de los medios de comunicación más utilizados por la sociedad, considerando en muchos casos, ser el responsable de que los usuarios prefieran pasar más su tiempo visualizando el contenido televisivo, en comparación a los otros medios, desplazándolos casi en su totalidad.

Considerando el estudio de Ramírez, [...] “Ese poder de la televisión radica en muchos factores, pero sobre todo en el hecho que permite que los telespectores puedan aprovecharla a distintos niveles, independientemente de sus recursos, formación, expectativas y necesidades” (Ramírez, 2013, pág. 3). Las audiencias televisivas pueden clasificarse dependiendo de las edades y el contenido del programa, estos pueden ser de entretenimiento, informativo, educativo y cultural.

En Ecuador, la televisión puede ser de señal abierta o gratuita, que dependen de las publicidades, y la televisión pagada, como bien es cierto, tienen ingresos por contratación, pero no todos pueden contratar el servicio.

#### **2.2.4.5 Internet**

Ante una sociedad globalizada, el internet es una red conectada a un servidor, muy importante para la sociedad, la difusión de la información se logra de una manera constante, puedes estar en otro país y en cuestión de segundos recibir detalles sobre algún hecho noticioso. La tecnología está en constante innovación, para los medios de comunicación masiva, el internet se ha convertido en una herramienta trascendental.

Internet a día de hoy ya no es visto como un canal para obtener más audiencia sino como un nuevo mercado, ya que existen consumidores que solo leerán un periódico o visualizarán un contenido de televisión a través de internet. (Franco de Prado, 2016, pág. 9).

Actualmente, es uno de los principales medios de comunicación masiva, por su inmediatez, que permite estar conectado con todo el mundo a tan solo un clic, además,

se considera que existe retroalimentación porque el usuario una vez recibida la informa puede acotar cambios en los portales web.

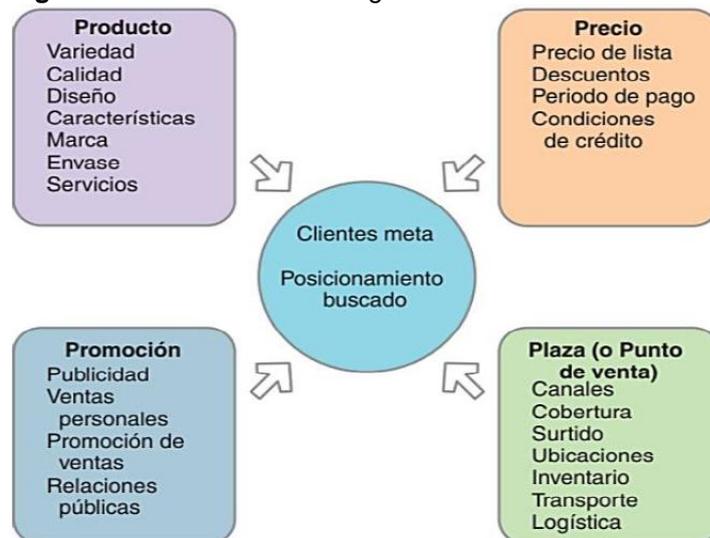
### **2.2.5 Promoción**

El marketing, se encarga de crear mensajes para los clientes mediante procesos, con ello, se busca convencer, persuadir e influenciar, al público objetivo para complacer con sus expectativas.

La promoción proviene de las 4Ps del Marketing mix, son los elementos utilizados como herramientas para que las empresas cumplan con sus objetivos, [...] “las 4Ps será aquel conjunto de variables que están bajo el control de una unidad de información” (Fernández, 2015, pág. 62). La promoción, es el elemento más relevante del marketing, su principal objetivo es informar, persuadir a los usuarios sobre el servicio o producto que se ofrece, permitiendo que las organizaciones, empresas, instituciones y consumidores creen una buena relación de confianza entre las partes.

Así mismo, la autora Fernández especifica que [...] “la promoción será toda comunicación de carácter persuasivo dirigida a un público o segmentos y que tiene como fin incentivar a corto, medio o largo plazo el uso de servicios de información” (Fernández, 2015, pág. 70). Se considera elaborar un plan con objetivos hasta llegar a la fase final donde interviene el usuario, a su vez, analizando su conducta y persuadir en base a la información del servicio o producto que se brinda, en ocasiones las actividades de la promoción se concentran en limitaciones que no permiten llegar a los consumidores, por ello, el uso de las tecnologías son ente principal para una correcta promoción.

**Figura 1:** Las 4P del marketing mix



Fuente: Google

### 2.2.5.1 Función de la promoción

La principal función de la promoción es difundir y lograr que tanto el comprador y vendedor interactúen, para conocer las necesidades e incrementar el consumo, en pocas palabras, su función principal siempre será persuadir al público objetivo. Según Kotler y Lane 2016 **Citado por** (Vaque & Villegas, 2018) [...] “La Promoción comprende actividades que comunica las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo”. Satisfacer las necesidades de los usuarios.

El autor Mullin **Citado por** (Coy, 2016, pág. 7) recalca que [...] “las promociones se desarrollan actuando sobre todos los aspectos del marketing mix y son utilizadas tanto para la captación de nuevos clientes como para la fidelización de los existentes, convirtiéndose en una herramienta fundamental para las empresas”. Se debe generar vínculos con los individuos, grupos u organizaciones, con la finalidad de facilitar de forma directa e indirecta el consumo del producto comunicacional.

### 2.2.5.2 Clasificación de promoción

Estas técnicas de mercadeo son clasificadas según el público a quienes está orientada, esta herramienta de difusión, que consiste en convencer de forma amplia y contundente de la existencia de un producto o servicio, con lo que se logra llegar al

público objetivo previamente seleccionado, y esta técnica de mercadeo se clasifica de la siguiente manera. A quien está dirigida:

**Consumidor:** Esta técnica es mayormente utilizada por los productores, los descuentos son una de las herramientas temporales, más usadas por los mismos siendo muy efectivas si realmente se llevan a cabo, existiendo casos donde los consumidores no perciben el descuento desembocando en el detrimento de la imagen real del productor del bien o servicio. Se debe recordar que “El consumidor o usuario final es quien disfruta de la compra” (Raiteri, 2016). Por ello, es importante en la empresa contar con un equipo de trabajo predispuesto y dedicado al servicio de los consumidores.

**Fuerza de ventas:** estas herramientas son usadas en mayor medida por empresas que prestan servicios [...] “el elemento esencial de la venta, dirección, gerencia o administración de ventas debe canalizar el esfuerzo realizado por los vendedores” (León, 2013, pág. 382). Su fin mayor, es aumentar la venta de ciertos servicios que se encuentran estancados, buscando que el cliente se relacione con la institución por medio de regalos o recompensas que en la actualidad son un incentivo y una estrategia para las empresas.

**Distribuidores:** Son mayormente implementadas al momento de lanzar un servicio o producto nuevo al mercado incentivando a la creación de lazos comerciales siendo, los sondeos, concursos o muestras gratis las más utilizadas.

### 2.2.6 La información

Entiéndase por información, al conjunto de signos símbolos y mecanismos, que permiten al ser social o individuo tomar datos del ambiente circundante y estructurarlos con un fin determinado, sirviendo de guía para la acción y desarrollo de este (Paoli, 2013).

En ninguna circunstancia es comunicación, aunque se la supone, al ser fruto del proceso de asimilación y difusión de datos. La información dicta de comunicación al

no evocar constructos comunes, si no es dispuesta y diseñada para ser difundida (Marco, 2011). En la praxis la información es separada del contexto social global, siendo la información el origen de este al ser el sentido de los significados (Coronel, 2015) que al ser difundidos se evocan en común.

### **2.2.6.1 La información como Fenómeno Objetivo.**

Desde cualquier análisis lógico, cualquier consideración sobre la información debería centrarse en ella, como la realidad objetiva circundante que es captada, decodificada, almacenada, por el individuo capaz de procesarla y que posterior a este proceso, es comunicada por medio de un sistema socialmente convenido de símbolos (Marco, 2011). Este sistema simbólico, que socialmente ha sido priorizado para comunicar la información, puede a su vez, facilitar los propios mecanismos sociales de procesamiento de la información.

Sin embargo, al ser un concepto tan complejo, la abstracción de la misma raramente aborda toda la generalidad del constructo en sí, siendo este, el punto de partida de los padres de la ciencia de la información, Shannon y Weaver, quienes abrieron las puertas a los conceptos cualitativos concentrándose de forma expresa en el concepto de entropía. Quedando así a posteridad, la posibilidad del estudio de la información, desde la perspectiva de un fenómeno externo a los sujetos con conciencia.

Las entidades que poseen información pública o de interés general pueden difundirla de formas distintas. A los tradicionales cauces de comunicación mediante la personación en las oficinas públicas, atención telefónica o correo postal, se han sumado recientemente, gracias a los enormes avances de la tecnología, el correo electrónico y las páginas web institucionales a través de internet. (Blanes, 2013, pág. 61)

Con el implemento de las tecnologías en las Pymes, es práctico mantener informados a los consumidores, más aún si se trata de un servicio, en la actualidad, resulta económico y productivo implementar un departamento óptimo para que la socialización de información se otorgue a las grandes masas. De igual manera las redes sociales, sitios web, ayudan a mejorar la imagen corporativa y la organización interna de una empresa. Si en las instituciones existe la falta de información [...]

“pierde mucho si los usuarios no cuentan con la información necesaria para adoptar decisiones apropiadas” (Zapata, 2018, pág. 3). Señalando el caso de las Universidades públicas y privadas, que ofertan algún tipo de servicio, y no difundan la información para el beneficio de la población académica, los únicos perjudicados serán los estudiantes.

La población está en su total derecho de ser informado e informar pero, [...] “la carencia de educación y acceso a la información y al conocimiento actual” (Alonso & Lozano, 2015), son un agravante para el desarrollo de un país y más aún para la juventud.

### **2.2.7 Ayudas económicas**

En la segunda mitad del siglo XV, se inicia en Europa, el movimiento de becas patrocinado por los industriales burgueses de la época, quienes buscaban jóvenes talentos que impulsen con sus ideas y desarrollos científicos, el aparataje industrial de la época.

En el Ecuador republicano, las becas o ayudas económicas se limitaban a las clases aristocráticas y se brindaban como favor político. En el siglo XX el General Eloy Alfaro, inicia un programa de becas para los alumnos de los colegios Vicente Rocafuerte, Mejía en Quito y Guayaquil, respectivamente (Pino, 2013), uno de ellos sería el Dr. Isidro Ayora, quién se convertiría en presidente de la república, durante el periodo conocido como la revolución juliana.

La democratización del sistema de becas en el país, no se iniciaría sino hasta el mandato del Dr. José María Velasco Ibarra, quien por decreto creara el instituto nacional de becas, pero por problemas económicos y de inestabilidad política no sería sino hasta el gobierno del Ab. Sixto Durán Ballén, que se iniciaría el financiamiento de esta oficina, de los recursos del Fondo de salvamento o FONSA.

Durante el gobierno del Ec. Rafael Correa Delgado, el sistema de becas en el país se potenció de forma superlativa se creó la Ley Orgánica de Educación Superior o LOES, que estipula que el 0.01% del PIB ecuatoriano debe destinarse a becas

nacionales e internacionales, el presupuesto de becas en el país paso de 725.000 a 1200'000.000 de dólares de inversión total en la llamada década de la revolución ciudadana (SENECYT, 2017).

La Universidad de Guayaquil en su estatuto general, artículo 151 estipula la obligación de la universidad para con el estudiantado, brindando ayudas económicas, por lo menos al 8% de la población registrada en la universidad, ya sea por excelencia académica, excelencia deportiva, insuficiencia de recursos o calamidad domestica grave (Guayaquil U. d., 2018).

### **2.2.7.1 Tipos de ayudas económicas**

Las Ayudas Económicas que la Universidad de Guayaquil otorga a los estudiantes en base al Reglamento de las Ayudas Económicas para estudiantes reguladores de grado y posgrado de la Universidad de Guayaquil (2017, pág. 3 )son:

- Ayudas económicas por excelencia académica.
- Ayudas económicas por carencia de recursos o sostenibilidad.
- Ayudas económicas por excelencia deportiva, cultural, y distinción.
- Ayudas económicas para estudiantes con discapacidad.

### **2.2.7.2 Desembolso de ayudas económicas para estudiantes, Universidad de Guayaquil**

La información emitida mediante un boletín de prensa con fecha de 17 de diciembre de 2018, afirma que 489 estudiantes fueron los beneficiarios de las ayudas económicas que ofrecen la Alma Máter y su respectivo presupuesto de \$404.495.10

**Figura 2 Desembolsos de ayudas económicas**



**BOLETÍN DE PRENSA**  
**DESEMBOLSO DE AYUDAS ECONÓMICAS**  
**PARA ESTUDIANTES UG**

Boletín No. 39-RRPP  
Guayaquil, 17 de diciembre de 2018

Como parte de los compromisos adquiridos por la Comisión Interventora para el Fortalecimiento Institucional de la Universidad de Guayaquil, está el viabilizar la cancelación de valores pendientes a los más de 489 estudiantes, beneficiarios de las ayudas económicas que ofrece el Alma Mater porteña. Con este antecedente, se informa que se han efectivizado las transferencias ofrecidas a los alumnos que hayan calificado por ser: excelencia académica, excelencia deportiva o por haber presentado los documentos habilitantes que justifiquen: carencia de recursos y discapacidad.

Roberto Passailaigue Baquerizo, Rector Presidente de la CIFI y principal de la UG, agrega que al momento se ha hecho el desembolso de USD \$404.495.19 correspondiente a 699 beneficiarios y espera hasta el 20 de diciembre, completar el proceso con la cancelación de USD \$86.850 que serán destinados a un grupo de 150 estudiantes.

**Dirección de Comunicación y Difusión de la Información**

[www.ug.edu.ec](http://www.ug.edu.ec) UdeGuayaquil @universidad\_guayaquil

**Fuente:** Sistema Integrado de la Universidad de Guayaquil (SIUG)

### 2.2.7.2 Seguro Estudiantil

Todos los alumnos de la universidad de Guayaquil, están cubiertos en la póliza, las 24 horas del día, los 365 días del año y en cualquier parte del mundo y accidentes que se produzcan.

**Figura 3 Seguro Estudiantil**

VIGENCIA: 04/18 PÓLIZA: 3925		Plan Accidentes Personales
COBERTURAS	MONTOS	
MUERTE ACCIDENTAL	\$ 5.000,00	
DESMEMBRACIÓN ACCIDENTAL	\$ 5.000,00	
INVALIDEZ TOTAL Y PERMANENTE	\$ 5.000,00	
GASTOS MÉDICOS POR ACCIDENTE	\$ 3.000,00	
GASTOS DE SEPELIO	\$ 400,00	
AMBULANCIA	\$ 200,00	

**Fuente:** Vicerrectorado de Bienestar estudiantil de la Universidad de Guayaquil

Un accidente es un hecho fortuito, ajeno a la voluntad del asegurado, imprevisto, repentino, externo, sin límite de edad al 100% de indemnización. Se debe dar aviso del siniestro dentro de los 20 días hábiles de ocurrido el accidente, pago de reclamos, vía reembolso, 10 días luego de recibida toda la información.

Para el correcto procedimiento del crédito, deberán acudir a una de las clínicas en convenio, portando la tarjeta de identificación y el formulario de reclamación debidamente lleno, sellado y firmado por la Universidad de Guayaquil, (solicitar el formulario en las oficinas de bienestar estudiantil), el accidente debe ser reportado inmediatamente al: pbx 04- 2610909 extensiones: 1553 – 1554 o al 1800-hispana (4477262), y a los correos electrónicos: [faruiz@hispanadeseguros.com](mailto:faruiz@hispanadeseguros.com) y [jvillacorta@hispanadeseguros.com](mailto:jvillacorta@hispanadeseguros.com) o a los celulares: 0994997650-0991500514 para derivarlo a una clínica afiliada dentro de las 24 horas de ocurrido el evento.

### **2.3 Marco Contextual**

La universidad es un actor importante dentro de la vida de las naciones, se considera fundamental, pues aporta a los conocimientos y saberes encaminados al desarrollo económico, político, cultural. El estudio de ésta investigación, se desarrollará en la Facultad de Comunicación Social, que pertenece a la Universidad de Guayaquil.

La Universidad de Guayaquil, es la más grande del país y más antigua de la ciudad, nace ante la necesidad de los ciudadanos, por poseer un lugar para desarrollarse como profesionales. Su fundación se celebra el primero de diciembre, pues el Congreso Nacional, presidido por el Jefe Supremo del Guayas, el Señor Pedro Carbo, en 1883 decreta la creación de la universidad, con privilegio de otorgar títulos y grados, sin embargo, la Asamblea Constituyente de ese año no ratificó la resolución. Ya en 1897 se crea finalmente la Universidad de Guayaquil, después de la Revolución Liberal.

Con la visión de convertirse en la universidad más grande e importante del país, además de aportar al desarrollo educativo, cuenta con 18 facultades que ofrecen 31 carreras de pregrado, siete a nivel tecnológico con diferentes especializaciones y ocho carreras cortas, con un tiempo estimado de dos años, tiene seis extensiones universitarias en las provincias de la Costa, Manabí y Galápagos, a su vez, está equipada con laboratorios, consultorios, biblioteca, farmacia, comedores, equipos deportivos y otros servicios que benefician a la comunidad estudiantil.

La historia de fundación de la Facultad de Comunicación, empieza mediante el primer curso libre de periodismo creado en el año de 1944, a cargo del profesor Emilio García Silva, en la Universidad Central del Ecuador, el 8 de marzo de 1945, la Asamblea Constituyente aprobó la creación de las Escuelas de Periodismo en las Universidades de Quito y Guayaquil, pero entró en vigencia después de tres meses, nace anexa a la Facultad de Filosofía. El Honorable Consejo Universitario, aprobó la creación de la Facultad de Comunicación Social, el 4 de noviembre de 1980, asignando al Dr. Abel Romero Castillo como Decano, en abril de 1981, se reúne la primera junta de la Facultad para elegir al Honorable Consejo Directivo.

En 1986 siendo ya Facultad, se traslada a su propio edificio donde funciona hasta la actualidad, está ubicada en la Cdla. Quisquis, calle Eugenio Espejo / Héctor Toscano y Abel Romero Castillo, lleva el nombre del Lcdo. Carlos Alvarado Loor "COQUIN", en reconocimiento por su arduo trabajo como decano y por aportar al desarrollo actual de la infraestructura.

La Facultad de Comunicación Social, cuenta con un total de 3,871 estudiantes del ciclo II periodo 2018 – 2019, entre las cuatro carreras profesionales que oferta están: Licenciatura en Diseño Gráfico con un total de 754 estudiantes, Licenciatura en Comunicación Social, 1,948 estudiantes, Licenciatura en Publicidad y Mercadotecnia, 687, y Licenciatura en Turismo y Hotelería con 482 estudiantes. En la actualidad, cuenta con un departamento de medios audiovisuales con equipos de radio, televisión, biblioteca, laboratorios de cómputo, auditorio.

Desde que la educación formó parte de la gratuidad y un derecho de todos los seres humanos, aparecieron tipos de subvenciones, para que la sociedad por ninguna razón deje de formarse académicamente, como son las becas, créditos y ahora las ayudas económicas que ofrece la Universidad de Guayaquil.

En base al Reglamento de Ayudas Económicas para estudiantes regulares de grado y posgrado de la Universidad de Guayaquil, consisten en una subvención de carácter excepcional no reembolsable, para los estudiantes legalmente matriculados y que cumplan con los todos los requisitos, el proceso de selección se hará mediante el Sistema Integrado de la Universidad de Guayaquil, (SIUG) de igual manera podrán descargar los formularios de requisitos.

El objeto del estudio, radica ante la falta de difusión y posterior promoción de las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, las autoridades deben facilitar herramientas necesarias para que los estudiantes tengan conocimientos de las ayudas económicas, por lo tanto, la difusión del contenido de las ayudas es un compromiso del alma mater con los estudiantes, si bien la condición económica no es la más estable, de igual manera se debe cumplir con las leyes.

## **2.4 Marco Conceptual**

**Difusión:** acto de difundir cualquier tipo de información, para generar conocimientos.

**Medios de comunicación:** son aquellos que envían información por medio de un emisor, en este caso: periódico, radio, cine, televisión e Internet.

**Prensa escrita:** es el conjunto de publicaciones impresas en un papel, revistas, periódicos.

**Radio:** emisora de radiodifusión, transmite y difunde programas radiales, pueden ser hablados, musicales, los programas pueden ser en vivo o pregrabados.

**Cine:** es la técnica o representación de la cultura e identidad, el cineasta es el encargado del proyecto audiovisual, se forma por etapas tales como la pre-producción, producción y pos-producción.

**Televisión:** es la transmisión de imágenes ópticas, mediante un televisor, como todo medio de difusión busca influenciar a los televidentes.

**Internet:** se convirtió en la herramienta más importante al momento de difundir, es la unión mundial de las redes de computación, formada por millones de computadoras que pueden comunicarse entre sí.

**Facebook:** es la red social más utilizada a nivel mundial, se creó con fin de interactuar, y mantener conectados a un grupo de personas.

**Estudiante:** persona que está cursando unos estudios.

**Estudio:** obra de un autor que se estudia o analiza.

**Promoción:** es un plan integral de marketing, su función principal es busca persuadir a los usuarios sobre el servicio o producto que se ofrece.

**Información:** es la acción o efecto de informar o informarse, relacionado con la comunicación por el conjunto de noticias, informes o datos que se difunden a diario.

**Ayudas económicas:** Consiste en una subvención de carácter excepcional no reembolsable, otorgada a personas naturales que no cuenten con los recursos económicos suficientes o no se encuentren en condiciones de vulnerabilidad, para

cubrir rubros específicos inherentes a estudios de educación superior, movilidad académica, desarrollo de programas de investigación, transferencias de conocimiento, capacitación, formación, perfeccionamiento y entrenamiento o cualificación profesional. (2017)

**Usuario:** persona que crea una cuenta en plataformas de redes sociales, con el fin de interactuar con otras personas.

## **2.5 Marco legal.**

Para el presente trabajo de investigación “Análisis de la difusión y promoción de ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil y su incidencia en la información que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, se tomaron en cuenta los siguientes artículos:

### **Constitución de la República 2008 Art. 26.**

La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo, según: (Constitución de la Republica, 2008)

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

El aprendizaje se desarrollará de forma escolarizada y no escolarizada.

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

**Art. 357.-** El estado garantizará el financiamiento de las instituciones públicas de educación superior. Las universidades y escuelas politécnicas públicas podrán crear

fuentes complementarias de ingresos para mejorar su capacidad académica, invertir en la investigación y en el otorgamiento de becas y créditos, que no implicaran costo o gravamen alguno para quienes estudian en el tercer nivel. La distribución de estos recursos deberá basarse fundamentalmente en la calidad y otros definidos en la ley.

La ley regulará los servicios de asesoría técnica, consultoría y aquellos que involucren fuentes alternativas de ingresos para las universidades y escuelas politécnicas, públicas y particulares.

## **Estatuto de la Universidad de Guayaquil**

### **Sección V**

#### **Del Consejo Consultivo de Bienestar Estudiantil**

**Art. 84.-** Las atribuciones del Consejo Consultivo de Bienestar Estudiantil son:

i). - Propiciar y evaluar la implementación de políticas de inclusión económica y social de los estudiantes con programas de bolsa de trabajo, ayudas económicas que aseguren condiciones para el desarrollo de capacidades y potencialidades según principios de equidad y meritocracia. (Estatuto de la Universidad de Guayaquil, 2017)

### **Capítulo III**

#### **Asignación de recursos y ayudas estudiantiles,**

**Art. 151.-** El honorable consejo universitario asignará obligatoriamente en el presupuesto, por concepto de ayudas económicas para al menos al diez por ciento (10%) de sus estudiantes regulares, de conformidad con lo prescrito en la Ley Orgánica de Educación Superior, El Vicerrectorado de Bienestar Estudiantil realizará la planificación, control, evaluación e información ante el Honorable Consejo Universitario.

## **Capítulo V DE LA GRATUIDAD**

**Art. 159.-** La Universidad de Guayaquil garantizará a todos sus estudiantes de grado el principio de gratuidad consagrado en el art. 356.- de la Constitución de la República y el art. 80 de la LOES.

**Art. 160.-** Se garantiza la gratuidad del proceso de titulación de los estudiantes de tercer nivel de conformidad con el art. 73 de la LOES, por lo que las unidades académicas no podrán cobrar monto alguno por conceptos de derecho de grado u otorgamiento de título académico.

### **Ley Orgánica de educación superior**

**Art. 5.-** Son derechos de las y los estudiantes obtener de acuerdo con sus méritos académicos becas, créditos y otras formas de apoyo económico que le garantice igualdad de oportunidades en el proceso de la formación de educación superior. (Ley Orgánica de Educación Superior, 2010)

**Art. 77.- Becas y Ayudas económicas.** - Las instituciones de educación superior establecerán programas de becas completas o su equivalente en ayudas económicas que apoyen en su escolaridad a por lo menos el 10% del número de estudiantes regulares. Serán beneficiarios quienes no cuenten con recursos económicos suficientes, los estudiantes regulares con alto promedio y distinción académica, los deportistas de alto rendimiento que representen al país en eventos internacionales, a condición de que se acrediten niveles de rendimiento académico regulados por cada institución y los discapacitados.

### **Ley Orgánica de Comunicación**

**Art. 29.- Libertad de Información.** – Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido.

Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

## **CAPÍTULO III**

### **ASPECTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 Diseño de Investigación**

Este trabajo de titulación, tiene un diseño de investigación con enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, además seguido con el esquema de investigación, que reincide al no experimental, de planteamientos explicativos y descriptivos, los mismos que permiten estudiar y comprender la problemática, motivo del presente proyecto: estudio de la falta de difusión y promoción de ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil, en la Facultad de Comunicación Social.

#### **3.2 Tipos de Investigación**

##### **3.2.1 Investigación Descriptiva**

“Exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado. Aquí se observa y se registra o se pregunta y se registra. Describe el fenómeno sin introducir modificaciones” (Rojas Cairampoma, 2015, pág. 7).

Para el objeto de estudio, se ha utilizado este tipo de investigación descriptiva, para llevar acabo dicho tema de investigación, que comprende la descripción de un hecho o un fenómeno de estudio para destacar su estructura.

##### **3.2.2 Explicativa**

“La investigación explicativa tiene como propósito buscar las relaciones de causa y efecto entre las variables de objeto de estudio. En este estudio el investigador no manipula las variables” (Espinoza Montes, 2014, pág. 90).

Referente al trabajo de titulación, intuye a la parte de la investigación explicativa, para comprender de la manera acertada la investigación realizada y ser explícito con el tema u objeto de estudio.

### **3.3 Métodos de investigación**

El método de la investigación describe con buenos detalles la forma en que se ha llevado a cabo la investigación. Este permite explicar la propiedad de los métodos utilizados y la validez de los resultados, incluyendo la información pertinente para entender y demostrar la capacidad de replicación de los resultados de la investigación. (Abreu, 2014, pág. 195)

Sustentado en la aplicación de los métodos a utilizar que conlleva a un excelente trabajo de investigación y, recopilación de resultados del fenómeno que está siendo estudiado, se utilizará el método inductivo e investigativo que se requerirá de una visión particular para llegar a una general de una investigación científica.

#### **3.3.1 Método inductivo**

“Consiste en mostrar la forma en que están relacionados los hechos particulares con ese todo” (Ortiz, Oviedo, & Oviedo, 2013, pág. 17).

En este trabajo investigativo se pretende alcanzar la comprensión de datos obtenidos individuales para inducir a conocimientos particulares que pueden ser aplicados en una población mayor.

#### **3.3.2 Método investigativo**

“El método investigativo incluye tareas como la selección del tema o la difusión de los resultados que, en sentido estricto no constituyen parte de los métodos científicos” (Calduch Cervera, 2014, pág. 28).

Un trabajo de investigación debe ser estructurado, ordenado o sistemático, para ser analizado y que de una u otra manera se busque la solución de la misma.

### **3.4 Técnicas de Investigación**

“Ésta se explica cómo la manera de recorrer el camino que se delinea el método: son las estrategias empleadas para recabar la información requerida y así construir el conocimiento de lo que se investiga” (Marínez Godínez, 2013, pág. 2).

Las técnicas que se utilizará en el presente trabajo de investigación ayudarán a facilitar la recolección de datos, resultados u opiniones sobre lo que se está investigando, se ha considerado la técnica de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

### **3.4.1 La entrevista**

“Es una técnica de recolección de datos que implica una pauta de interacción verbal, inmediata y personal, entre un entrevistador y un respondente” (Padua, 2018, pág. 13).

Para esta investigación se ha seleccionado entrevistar y obtener datos cualitativos a la gestora del departamento de bienestar estudiantil y a un estudiante beneficiario de las ayudas económicas estudiantiles.

### **3.4.2 Encuesta**

“Se utiliza el termino encuesta para referirse a la técnica de recolección de datos que utiliza como instrumento un listado de preguntas que están fuertemente estructuradas y que recoge información para ser tratada estadísticamente, desde una perspectiva cuantitativa” (Guillermo, 2013, pág. 17).

Se tomó en cuenta para la realización de las encuestas en el presente trabajo de investigación a los estudiantes de la facultad de comunicación social.

## **3.5 Instrumentos de la investigación**

Los instrumentos fueron las herramientas que se utilizaron para la recaudación de la información en la actual investigación se manejó el cuestionario que se elaboró mediante preguntas cerradas y una abierta de sugerencias, donde se brindaron algunas opciones a los estudiantes para que brinden su criterio sobre esta problemática.

Se utilizó un tipo de cuestionario de entrevista personal, que requieren del empleo de encuestadores personales.

### 3.6 Población y muestra

#### 3.6.1 La Población

Para el presente trabajo de investigación se tomó de población a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil del periodo lectivo 2018-2019 CII de las diferentes carreras y cursos que lo conforman.

Tabla 5 Población

Ítems	Estudiantes por Carrera	Población
1	Diseño Gráfico	754
2	Turismo	482
3	Publicidad	687
4	Comunicación social	1.948
<b>Total</b>		<b>3.871</b>

**Fuente:** Secretaría de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

#### 3.6.2 Muestra

“Grupo de unidades de muestreo, seleccionadas de la población a estudiar sobre las que se realizara toda la investigación propuesta” (Blas, 2016, pág. 2).

La muestra comprende, seleccionar una porción representativa de la población, que se toma para realizar el estudio de las variables de investigación. Para esto, se eligió un tipo de muestra aleatoria, que para su mejor estudio conlleva a un muestreo estratificado proporcional, comprende: “que los estratos contienen diferente número de elementos, unos más grandes y otros más pequeño, por lo tanto la cantidad de elementos de cada estrato será diferente y proporcional a su tamaño”, según: (NETFALI, 2016, pág. 44), en donde se escogerán al azar a los individuos para ser objeto de estudio del fenómeno, con la siguiente fórmula:

### 3.6.2.1 Cálculo de la muestra

$$n = \frac{(Z)^2 (N) (P) (Q)}{(e)^2 (N-1) + (Z)^2 (P) (Q)}$$

Donde la simbología de la ecuación, significó las siguientes medidas:

**n**= tamaño de la muestra

**P**= Probabilidad de certeza= 0.5

**Q**= No probabilidad= 0.5

**N**= Tamaño de la población= 3.871 estudiantes

**e**= Error máximo admisible =0.05

**Z**= nivel de confianza 95% = 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (3.871) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (3.871-1) + (1,96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{(3,84) (3.871) (0.25)}{(0.0025) (3.870) + (3,84) (0.25)}$$

$$n = \frac{3.71616}{9.675 + 0.96}$$

$$n = \frac{3.71616}{10.635}$$

$$n = 349.427362$$

**n= 349 encuestas**

La muestra de la población fue equivalente a 349 encuestas, específicamente tomando el muestreo estratificado proporcional, eligiendo aleatoriamente por etapas en las diferentes carreras destinadas de la siguiente manera: Diseño Gráfico: 70

estudiantes, Turismo: 42, Publicidad: 62, Comunicación Social: 175 elegidos al azar en las distintas jornadas académicas a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

**Tabla 6:** Muestra

<b>Ítems</b>	<b>Carreras</b>	<b>Estudiantes por Carrera</b>	<b>Muestra</b>
<b>1</b>	Diseño Gráfico	754	70
<b>2</b>	Turismo	482	42
<b>3</b>	Publicidad	687	62
<b>4</b>	Comunicación social	1.948	175
	<b>Total</b>	<b>3.871</b>	<b>349</b>

**Fuente:** Secretaría de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

### 3.7 Análisis de los Resultados

#### Pregunta 1.- ¿Seleccione la carrera que está cursando?

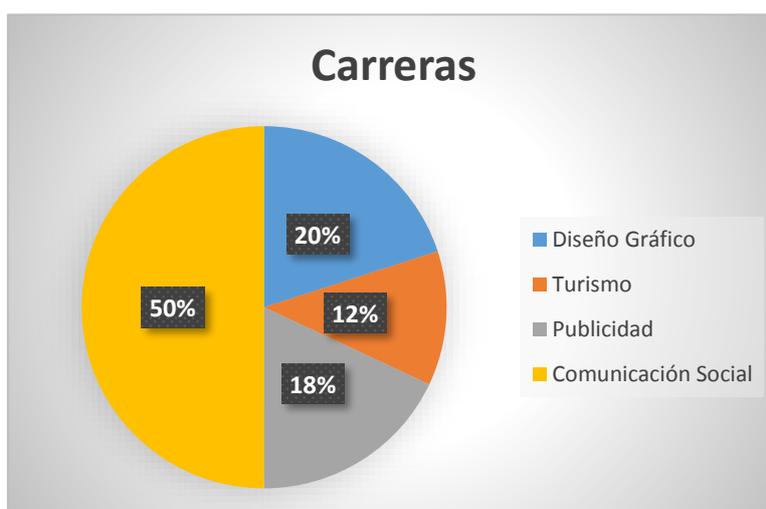
Tabla 7: Carrera que estudia

Carrera	Cantidad	Porcentaje
Diseño Gráfico	70	20%
Turismo	42	12%
Publicidad	62	18%
Comunicación social	175	50%
Total	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

Gráfico 1. Carrera que estudia



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis Grafico # 1:** Se observa en el gráfico que de los 349 estudiantes encuestados: el 50% fueron a estudiantes de la carrera de comunicación de social, tal y como se demostró en la muestra obtenida en el trabajo de investigación, Diseño Gráfico con el 20%, seguido del 18% de Publicidad y complementada con el 12% en la carrera de Turismo de la Facultad de Comunicación Social.

## Pregunta 2.- ¿Nivel de semestre?

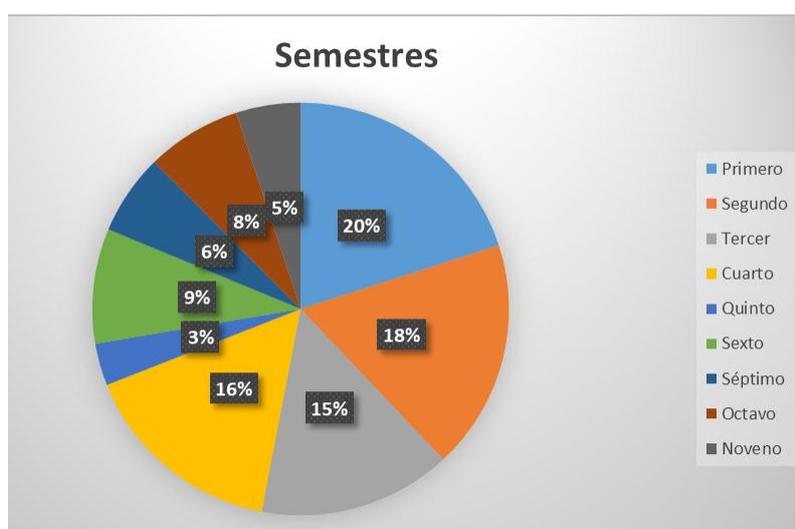
Tabla 8: Semestre

Semestre	Cantidad	Porcentaje
Primer Semestre	71	20%
Segundo Semestre	63	18%
Tercer Semestre	52	15%
Cuarto Semestre	55	16%
Quinto Semestre	12	3.3%
Sexto Semestre	30	9%
Séptimo Semestre	22	6.3%
Octavo Semestre	26	7.4%
Noveno Semestre	18	5%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

Gráfico 2: Semestre



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis Grafico # 2:** Se observa en el gráfico que la mayoría de estudiantes encuestados fueron de primer semestre que corresponde al 20% de todos los semestres con un nivel bajo del 3.3% de quinto semestre en las diferentes carreras de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

**Pregunta 3: ¿Por qué medios usted recibe información académica en la Facultad de comunicación social?**

**Tabla 9:** Medio de difusión de noticias en Facso

Medios que Recibe Información Académica	Cantidad	Porcentaje
Correo Institucional	55	16%
Sistema Integrado Universidad de Guayaquil (SIUG)	64	18%
Cuentas Oficiales en Redes Sociales	115	33%
Medios Informales	55	16%
Respuestas en blancos	4	1%
Más de una respuesta	56	16%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 3:** Medio de Difusión de noticias en Facso



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** En el gráfico se observa que el 33% de los estudiantes encuestados señalaron que reciben información académica en la Facultad de Comunicación Social mediante cuentas oficiales en redes sociales, mas no a través del Sistema Integrado Universidad de Guayaquil (SIUG) que representó en los resultados obtenidos el 18%, seguido del 16% por correo institucional, 16% medios informales, 16% varias respuestas y con 1% respuestas en blancos.

**Pregunta 4.- ¿Conoce sobre las ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil?**

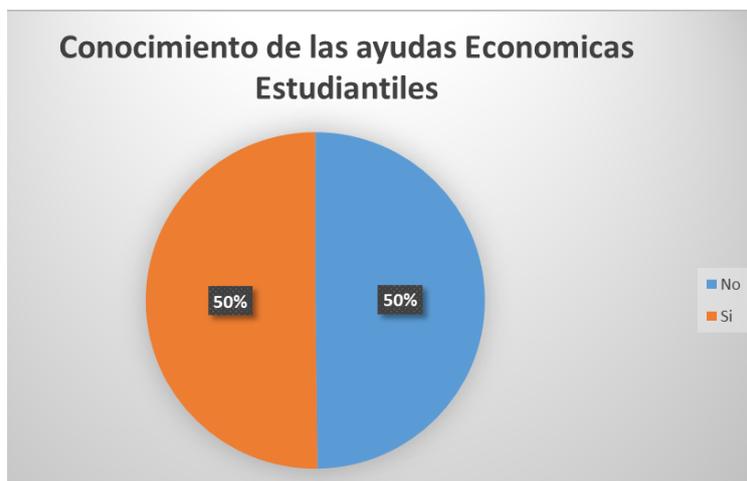
**Tabla 10:** Conoce sobre las ayudas económicas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
No	174	49.8%
Si	175	50.2%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 4:** Conoce sobre las ayudas económicas



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** El 49.8% de los estudiantes encuestados no tienen conocimiento de las ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil, resultado que nos da pauta para trabajar en la problemática del estudio de investigación para que exista una correcta difusión de la misma y cubrir un porcentaje perfecto.

**Pregunta 5.- ¿La Facultad de Comunicación social en algún momento le brindó información sobre las ayudas económicas estudiantiles?**

**Tabla 11:** Recibió información de las ayudas económicas en Facso

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	122	35%
No	207	59.5%
Blanco	20	5.5%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social  
**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 5:** Recibió información de las ayudas económicas en Facso



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social  
**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** El 59.5% de los estudiantes encuestados manifestaron que la Facultad de Comunicación Social no les brindó información sobre las ayudas económicas estudiantiles, seguido de un 35% dieron un si respectivo, y con un 5.5% de respuestas en blanco.

(Continuación de la pregunta anterior solo se tomó el resultado de los estudiantes que respondieron un sí).

**Pregunta 6.-Especifique por qué medios:**

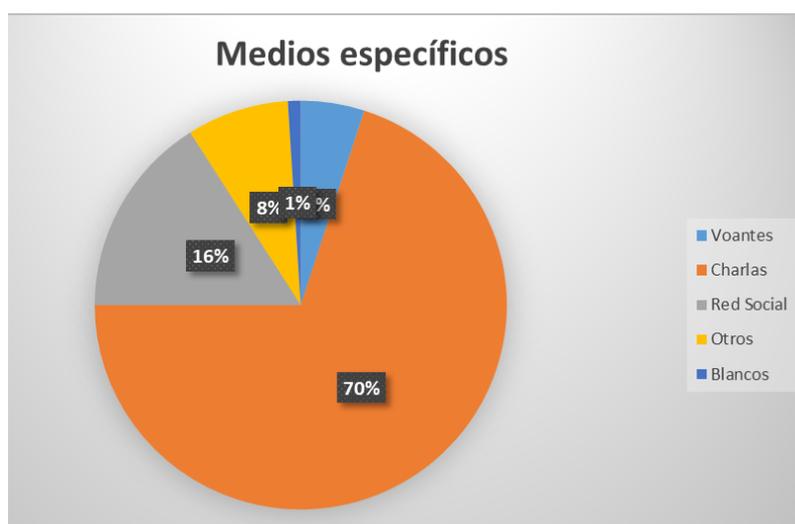
**Tabla 12:** Especifique el medio de difusión

Medios Específicos	Cantidad	Porcentaje
Volantes	6	5%
Charlas	86	70%
Cuentas oficiales en red social	19	16%
Otros	10	8%
Blancos	1	1%
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 6:** Especifique el medio de difusión



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** De los 122 estudiantes que respondieron un sí en la pregunta anterior, el 70% señalaron que recibieron información de las ayudas económicas estudiantiles, mediante charlas, el 16% mediante cuentas oficiales en redes sociales, el 8% indicó otros, el 5% volantes y con 1% respuestas en blanco.

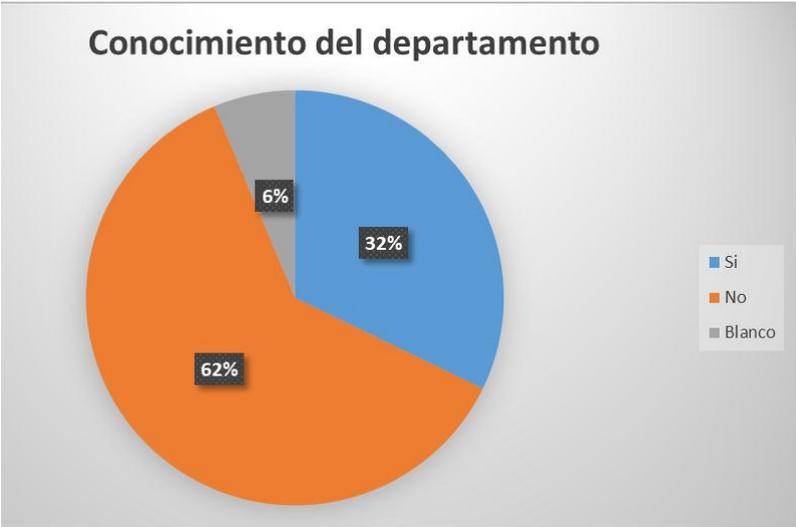
**Pregunta 7.- ¿Conoce usted qué departamento de FACSO es responsable de brindar información sobre las ayudas económicas estudiantiles?**

**Tabla 13: Departamento responsable de ayudas económicas**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	112	32.2%
No	214	61.5%
Blanco	23	6.3%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social  
**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 7: Departamento responsable de ayudas económicas**



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social  
**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** El 61.5% de los estudiantes encuestados manifestaron que no conocen el departamento responsable de brindar información sobre las ayudas económicas estudiantiles, en la Facultad de Comunicación Social, seguido de un 32.2% manifestaron que, si conocen el departamento encargado, y con un 6.3% de respuestas en blancos.

(Continuación de la pregunta anterior solo se tomó el resultado de los estudiantes que respondieron un sí)

**Pregunta 8.-Identifique el departamento:**

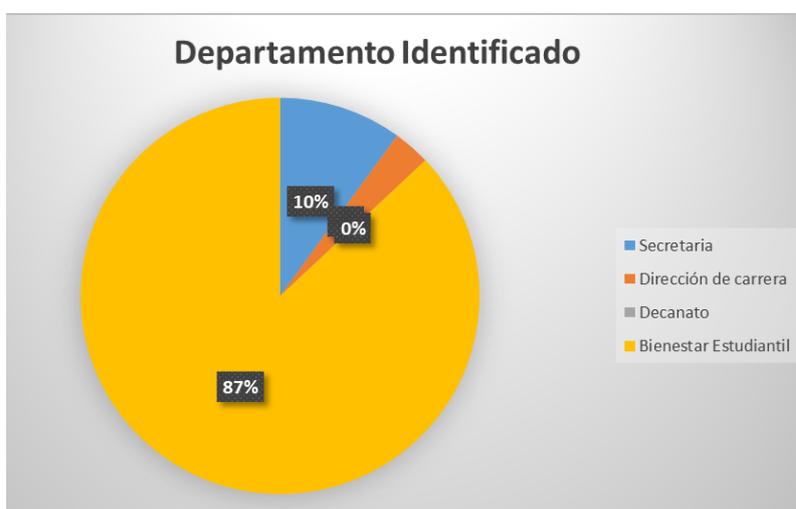
**Tabla 14:** Indique el departamento

Departamento	Cantidad	Porcentaje
Secretaria	11	10%
Dirección de Carrera	4	3%
Decanato	0	0%
Bienestar Estudiantil	97	87%
Total	112	100%

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 8:** Indique el departamento



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** De los 122 estudiantes que respondieron un sí a la pregunta anterior, el 87% identificaron como departamento encargado de brindar información sobre las ayudas económicas estudiantiles, al departamento de bienestar estudiantil, seguido de un 10% que señalaron como departamento encargado a secretaria y con un 3% al departamento de Dirección de Carrera.

### Pregunta 9.- ¿Es beneficiario de alguna ayuda económica estudiantil?

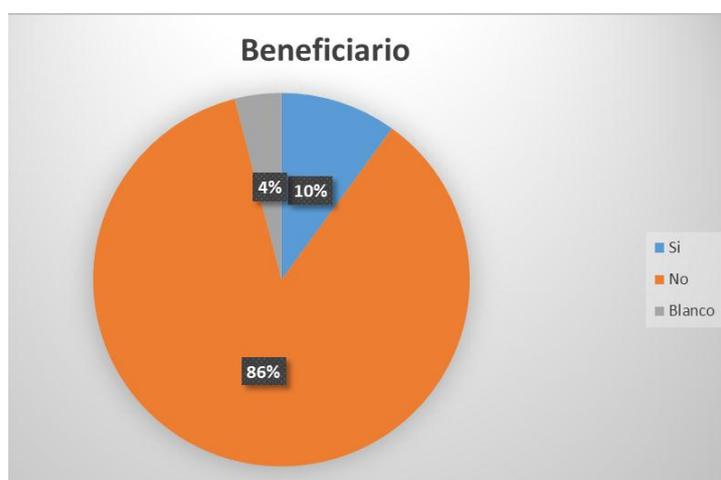
**Tabla 15:** Recibe ayudas económicas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	34	10%
No	299	86%
Blanco	16	4%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 9:** Recibe Ayudas económicas



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** Al preguntar si son beneficiarios de las ayudas económicas el 86% de los estudiantes encuestados respondieron que no son beneficiarios de alguna ayuda económica estudiantil de las 349 encuestas, se obtuvo un 10% de beneficiarios y complementado por el 4% de respuestas en blancos.

**Pregunta 11.- ¿Seleccione cuál de las siguientes redes sociales utiliza frecuentemente?**

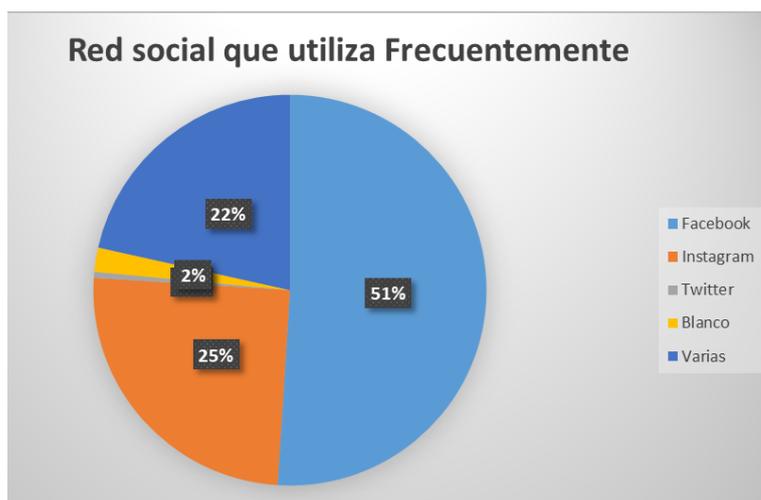
**Tabla 16:** Redes sociales más utilizadas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Facebook	180	51%
Instagram	86	25%
Twitter	2	0.5%
Blanco	6	2%
Varios	75	21.5%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 10:** Redes sociales más utilizadas



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** Al preguntarles cual es la red social que más utilizan frecuentemente el 51% de los estudiantes encuestados manifestaron que, Facebook es la red social que más utilizan frecuentemente, seguido de un 25% Instagram, 0.5% Twitter, 21.5% varias respuestas y con el 2% de respuestas en blancos.

**Pregunta 12.- ¿A través de qué red social le gustaría recibir o estar informado sobre las ayudas económicas estudiantiles?**

**Tabla 17:** Difusión mediante redes sociales

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Facebook	223	64%
Instagram	74	21%
Twitter	10	3%
Blanco	8	2%
Varios	34	10%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 11:** Difusión mediante redes sociales



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** Al preguntar si les gustaría recibir información sobre las Ayudas Económicas a través de Facebook el 64% de los estudiantes encuestados señalaron a favor, pregunta clave de nuestro trabajo de titulación seguido de un 21% les gustaría mediante Instagram, 3% Twitter, 10% varias respuestas y con un 2% de respuestas en blancos.

**Pregunta 13.- ¿Cómo evalúa el beneficio de tener una ayuda económica estudiantil en la facultad?**

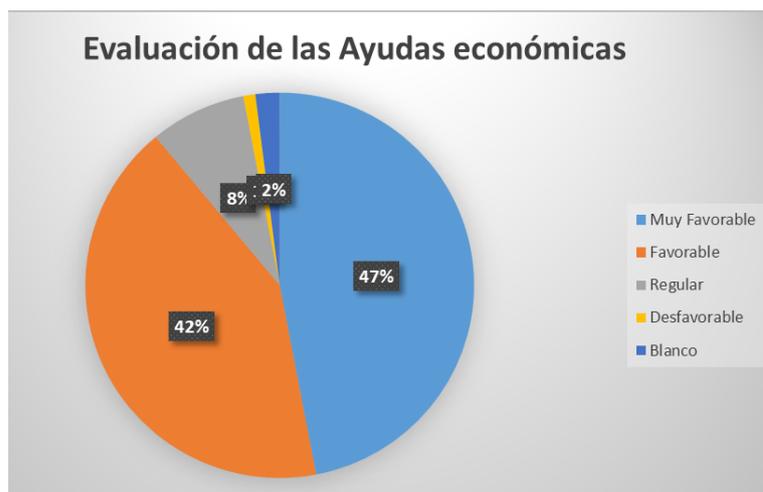
**Tabla 18:** Consideras favorable las ayudas económicas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Muy Favorable	163	47%
Favorable	147	42%
Regular	29	8%
Desfavorable	3	1%
Blanco	7	2%
Total	349	100%

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 12:** Considera favorable las ayudas económicas



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** Según la encuesta realizada, el 47% de los estudiantes señalaron que es muy favorable el beneficio de tener una ayuda económica estudiantil, seguida del 42% Favorable, 8% regular, 1% desfavorable y con un 2% de respuestas en blancos.

**Pregunta 14.- ¿Considera las ayudas económicas estudiantiles, como motivación para el estudiante?**

**Tabla 19: Ayudas económicas como motivación**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	328	94%
No	18	5%
Blanco	3	1%
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Gráfico 13: Ayudas económicas como motivación**



**Fuente:** Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social

**Elaborado por:** Vargas Salazar Milena y Chavarría Bone Raúl

**Análisis:** Al ser consultados los estudiantes, si consideran las Ayudas Económicas como motivación, el 94% de los encuestados, se pronunciaron positivamente, frente a un 5%, que dijeron lo contrario y un 1% de respuestas en blancos.

### **3.8 Análisis de entrevistas**

Se realizó entrevistas a dos personas claves para nuestro trabajo de titulación, la primera fue a la Gestora del Departamento de Bienestar Estudiantil, de las Ayudas Económicas en la Facultad la Lcda. Miriam Mendoza y la segunda a un estudiante beneficiario de las asistencias económicas, María José Gómez

**Nombre del entrevistado:** María José Gómez

**Carrera:** Comunicación Social

**Nivel de semestre:** Noveno Semestre

#### **Pregunta # 1.- ¿Recibió la oportuna información sobre las ayudas económicas estudiantiles, en la Facultad de Comunicación Social?**

Con respecto a su pregunta, la información que nosotros recibimos fue muy leve, fue cuando nosotros estábamos en clases, llegaron unos compañeros a decir que, si querían ese tipo de ayudas, podíamos nosotros acercarnos y preguntar, eso fue todo lo que nosotros supimos sobre las ayudas económicas en ese momento.

#### **Pregunta # 2.- ¿Cómo o porque medios se informó sobre las ayudas económicas estudiantiles?**

Fue por la página de Facebook que ellos tienen (Universidad de Guayaquil), nosotros preguntamos por ahí, para informarnos acerca de las ayudas económicas, que tipo de ayuda podíamos aplicar y cuáles eran los documentos.

#### **Pregunta # 3.- ¿Cómo fue el proceso para recibir o ser beneficiario de las ayudas económicas estudiantiles?**

Esos nosotros teníamos que ir a preguntar y dependiendo a que ayuda nosotros queríamos aplicar ellos nos daban los requisitos, en ese tiempo nosotros aplicamos a las ayudas económicas por excelencia académica, y teníamos que cumplir con ciertos requisitos que eran: la cuenta en banco, la cedula, las calificaciones, no haber tenido sanciones universitarias, ser buena estudiante, tener una conducta intachable y así.

**Pregunta # 4.- ¿Qué tiempo o desde que semestre es beneficiario de las ayudas económicas estudiantiles?**

Yo estuve desde cuarto semestre recibiendo las ayudas económicas, pero eran dependiendo las notas, siempre nos daban lo que era el básico y cuando pasaban dos semestres seguidos sin darnos nos sumaban los dos semestres y ahí nos depositaban a nuestras respectivas cuentas, pero era un proceso bien largo porque demoraban casi 5 meses cada vez que se abría el proceso.

**Pregunta # 5.- ¿Que es para Ud. o como considera ser beneficiario de las ayudas económicas estudiantiles?**

Pues beneficio la verdad que sí,, en su momento cuando nos dieron las ayudas económicas, si tuvieron ciertos beneficios económicos, porque necesitábamos al momento de estudiar ciertos gastos y todo lo demás, pero información no tuvimos mucha, solamente leve información, y también fuera bueno que estas ayudas económicas se dieran no solamente por semestre, ósea siempre nos daban pero al culminar el semestre, nunca nos daban durante éste proceso de estudio, eso sería bueno que nos den durante el proceso de estudio porque nosotros gastamos cierta cantidad de dinero y necesitamos una ayuda, por eso buscamos éstas ayudas económicas.

**Nombre del entrevistado:** Lcda. Miriam Mendoza  
Gestora del Departamento de Bienestar Estudiantil

**Preguntas de Entrevista**

**Pregunta # 1.- ¿Cuántos años lleva prestando servicios asistenciales el departamento de Bienestar Estudiantil en FACSO?**

El departamento como tal fue gestionado gracias al Lcdo. Oswaldo Zavala hace exactamente 3 años, desde el 2015 la Facultad de Comunicación Social cuenta con el departamento de bienestar estudiantil.

**Pregunta # 2.- ¿Logran cubrir las necesidades o brindar los correctos servicios del departamento, los respectivos gestores en las diferentes carreras de la Facultad de Comunicación Social?**

Como todo maestro tiene sus diferentes cargos, y pues ellos tratan de cubrir en lo que más puedan, siempre pensando en el beneficio de nuestros estudiantes para que aprovechen los servicios que prestamos en el departamento de Bienestar Estudiantil.

**Pregunta # 3.- ¿Tiene los suficientes instrumentos, herramientas o vías de difusión en el departamento para las ayudas económicas?**

Específicamente como tal, para lograr la perfecta difusión no, pero como uno ama su profesión y siempre estoy dispuesta a colaborar y ayudar a mis estudiantes trato de ser innovadora para poder hacer llegar información sobre el aprovechamiento de las ayudas.

**Pregunta # 4.- ¿Cuáles han sido los métodos para difundir información?**

En cada de una de las carreras, en lugares estratégicos, de aglomeración, o, que estén a simple vista de los estudiantes, pego carteles para que estén informados de las actividades, requisitos, normas del departamento.

**Pregunta # 5.- ¿Cuál ha sido su barrera principal para no lograr cubrir la difusión de las ayudas económicas estudiantiles?**

No contar con las suficientes herramientas tecnológicas que ahora los estudiantes manejan de manera muy normal, ingresan a redes sociales, diferentes plataformas que están pendiente para estar informados y entretenerse

**Pregunta # 6.- ¿Qué recomienda a los estudiantes para que estén al tanto de información sobre las ayudas económicas estudiantiles?**

Que no, nos dejen todo el trabajo para el departamento, pues como estudiantes deben de buscar la forma de informarse y aprovechar los beneficios que tiene el departamento de bienestar estudiantil, pueden acercarse y nosotros estaremos prestos para colaborar y despejarles sus dudas.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

Diseñar una página en la red social Facebook, para la difusión y promoción de las ayudas económicas estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil.

#### **4.1 Introducción**

Hoy en día, la tecnología ha evolucionado tanto, que se ha convertido en un canal de comunicación innovador, potencial y efectivo; es por eso, que las plataformas de redes sociales, son las más utilizadas por los usuarios, permitiéndoles estar conectados con todo el mundo a través de Internet.

La red social Facebook, permite a los usuarios difundir y promocionar una información o servicio ya sea mediante fotos, videos, infografías o memes, pues los jóvenes son pioneros en manejar estas plataformas digitales.

La propuesta del presente trabajo de investigación, es difundir información útil sobre las ayudas económicas estudiantiles, mediante la creación una página institucional en la red social Facebook, la cual ayude a mejorar el grado de difusión de información, y con ello promocionar las ayudas económicas en los estudiantes de todas las carreras de la FACSO.

Esta página, será estructurada de la siguiente manera: se difundirá información necesaria sobre las ayudas económicas, misma que se obtendrá a través del Servicio Integrado de la Universidad de Guayaquil, los tipos de ayudas, requisitos necesarios, y pasos a seguir para acceder a este beneficio estudiantil y diseño de la página de Facebook.

## **4.2 Objetivo**

### **4.2.1 Objetivo general**

Diseñar de una página en la red social Facebook, para difundir y promocionar las Ayudas Económicas Estudiantiles, otorgadas por la Universidad de Guayaquil.

### **4.2.2 Objetivos específicos**

- Crear una página oficial en la red social Facebook.
- Diseñar imágenes con información sobre las ayudas estudiantiles, para la publicación en la página de Facebook.
- Difundir contenidos de las ayudas económicas estudiantiles, en la página oficial de Facebook “Ayudas Económicas Estudiantiles, – UG- FACSO”.

## **4.3 Contenido de la página / desarrollo de la propuesta**

El contenido de la página se debe a la problemática de investigación, para llevar a cabo un óptimo desarrollo de la propuesta, se tomó en consideración los resultados de las encuestas, donde los estudiantes están en total acuerdo, para que se realice la difusión y promoción de información, sobre las ayudas económicas mediante una cuenta institucional en la red social de Facebook, considerando que es la plataforma más utilizada por los jóvenes. La distribución del contenido en la página de Facebook, se realizará mediante imágenes. La información que será detallada es la siguiente:

### **4.3.1 ¿Qué son ayudas económicas?**

Consiste en una subvención de carácter excepcional no reembolsable, otorgada a personas naturales que no cuenten con los recursos económicos suficientes o no se encuentren en condiciones de vulnerabilidad, para cubrir rubros específicos inherentes a estudios de educación superior, movilidad académica, desarrollo de programas de investigación, transferencias de conocimiento, capacitación, formación, perfeccionamiento y entrenamiento o cualificación profesional.

### **4.3.2 Etapas de postulación.**

Las etapas del proceso de otorgamiento de las ayudas económicas.

- a. Postulación
- b. Revisión de requisitos
- c. Selección
- d. Adjudicación

### **4.3.3 Tipos de Ayudas Económicas Estudiantiles,**

- a) Ayudas económicas por excelencia académica.
- b) Ayudas económicas por carencia de recursos o sostenibilidad.
- c) Ayudas económicas por excelencia deportiva, cultural, y distinción.
- d) Ayudas económicas para estudiantes con discapacidad.

### **4.3.4 Requisitos para las ayudas asistenciales.**

Los estudiantes podrán solicitar una ayuda económica, a partir del segundo semestre, con excepción de los estudiantes que soliciten ayudas económicas por discapacidad y carencia de recursos o sostenibilidad, los cuales podrán solicitarlo desde el primer semestre. Los estudiantes interesados en obtener una ayuda económica deberán cumplir con los siguientes requisitos:

#### **4.3.4.1 Para ayuda por excelencia académica:**

- a) Solicitud dirigida al Vicerrector de Bienestar Estudiantil.
- b) Formulario de Ayudas Económicas, el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
- c) Copia de cédula.
- d) Certificado bancario de tener cuenta activa a nombre del estudiante solicitante, no se aceptará cuentas conjuntas.
- e) Certificado de estar legalmente matriculado en el semestre vigente a la fecha de presentación de su solicitud, emitido por la secretaría de la unidad académica o certificación emitida desde el SIUG, y poseer un promedio de 9.50

a 10 y no haber reprobado ninguna asignatura en el semestre inmediato anterior.

#### **4.3.4.2 Para ayuda por carencia de recursos económicos:**

1. Solicitud dirigida al Vicerrector de Bienestar Estudiantil, en la cual deberá describir la situación económica o de vulnerabilidad que acrediten su carencia de recursos.
2. Formulario de ayudas económicas, el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
3. Ficha Socio-económica el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
4. Copia de cédula. - Certificado bancario de tener cuenta activa a nombre del estudiante solicitante, no se aceptará cuentas conjuntas.
5. Certificado de estar legalmente matriculado en el semestre vigente a la fecha de presentación de su solicitud, emitida por la secretaría de la unidad académica o certificación emitida desde el SIUG.
6. Planilla de servicio básico del domicilio.

#### **4.3.4.3 Para ayuda por Excelencia Deportiva Internacional:**

1. Solicitud dirigida al Vicerrector de Bienestar Estudiantil.
2. Formulario de ayudas económicas, el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
3. Certificado bancario de tener cuenta activa a nombre del estudiante solicitante, no se aceptan cuentas conjuntas.
4. Copia de cédula.
5. Certificado de estar legalmente matriculado en el semestre vigente a la fecha de presentación de su solicitud, emitida por la secretaría de la unidad académica o certificación emitida desde el SIUG.
6. Certificado que lo acredite como deportista de alto rendimiento y que ha representado internacionalmente al país, emitido por autoridad nacional competente.

#### **4.3.4.4 Para ayuda por discapacidad o enfermedad catastrófica:**

1. Solicitud dirigida al Vicerrector de Bienestar Estudiantil.
2. Formulario de ayudas económicas, el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
3. Copia de cédula.
4. Certificado bancario de tener cuenta activa a nombre del estudiante solicitante, no se aceptan cuentas conjuntas.
5. Certificado de estar legalmente matriculado en el semestre vigente a la fecha de presentación de su solicitud, emitida por la secretaría de la unidad académica o certificación emitida desde el SIUG.
6. Certificado de discapacidad de conformidad con la Ley Orgánica de Discapacidades, emitida por autoridad nacional competente; o certificado médico que acredite padecer una enfermedad catastrófica debidamente avalado por la Dirección de Atención Integral.
7. La documentación será recibida completa, conforme a los requisitos dispuestos en el presente reglamento.

#### **4.4 Ayudas Económicas Estudiantil en FACSO**

El Departamento de Bienestar Estudiantil, es el ente encargado de crear programas y proyectos con el fin de garantizar la seguridad de los estudiantes. Cada una de las Facultades de la Universidad de Guayaquil, posee un profesional encargado para dirigir el programa de los servicios asistenciales.

En la Facultad de Comunicación Social, el profesor Osvaldo Zavala, en el año 2015 realizó gestiones ante la Universidad de Guayaquil, para la creación del departamento de Bienestar Estudiantil en la FACSO, una vez aprobado, fue el director durante dos años del departamento. En la actualidad, los miembros que integran el Departamento de Bienestar Estudiantil en FACSO son:

- Directora y Asistencia Médica - Dra. Alba Bareth
- Seguimiento a Graduados – Lcda. Gina Morán
- Servicios Estudiantiles, - Ing Miriam Mendoza
- Encargada de los Becarios - Lcda. Julia Avifandi
- Arte y deporte – Osvaldo Zavala

En el año 2018, se otorgaron 45 ayudas económicas a los estudiantes de la Facultad de comunicación, considerando que la población universitaria sobrepasa los tres mil alumnos de todas las carreras de la FACSO.

Cabe recalcar, que el Sistema Integrado de la Universidad de Guayaquil (SIUG), actualizó su plataforma web el 2017, con el fin de que el proceso de las ayudas económicas sea vía online, convirtiéndose en un medio de difusión oficial.

Para una excelente difusión de información sobre las ayudas económicas en la Facultad de Comunicación Social, debemos utilizar herramientas que sean fáciles de manejar por el alumno, a su vez, que sean de mayor alcance; en este caso, las redes sociales, pues serán de fácil acceso y muy económico.

En base al desarrollo de la propuesta, sobre la creación de la página en la red social Facebook; la Ing. Myriam Mendoza, será la administradora y encargada de coordinar los servicios y ayudas económicas que otorga la Universidad de Guayaquil.

#### **4.5 Creación de la página**

Mediante la página institucional en red social Facebook, ([https://www.facebook.com/Ayudas-Econ%C3%B3micas-Estudiantiles,-UG-FACSO-542878882881528/?modal=admin\\_todo\\_tour](https://www.facebook.com/Ayudas-Econ%C3%B3micas-Estudiantiles,-UG-FACSO-542878882881528/?modal=admin_todo_tour)), se pueden difundir contenidos relacionados a las ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil, a los alumnos de la Facultad de Comunicación Social. Para la redacción se debe utilizar párrafos cortos y sencillos.

La página cuyo nombre es: Ayudas Económicas Estudiantiles, – UG – FACSO, es una herramienta necesaria, para aquellos estudiantes que deseen estar informados y quieran postular por cualquier ayuda económica. Al acceder a este perfil se pueden evidenciar publicaciones respecto a las ayudas económicas.

## Contenido del perfil.

The image shows a Facebook profile page for 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO'. The page header includes the Facebook logo, the page name, a search bar, and navigation links for 'Inicio', 'Crear', and user avatars. Below the header, there are navigation tabs: 'Página', 'Bandeja de e...', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas...', 'Centro de an...', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a large banner with the text 'AYUDAS ECONÓMICAS ESTUDIANTILES' and 'APROVECHA LOS BENEFICIOS QUE HAY PARA TÍ'. To the left of the banner is a circular logo with the text 'AYUDAS ECONÓMICAS ASISTENCIALES'. Below the banner, there are interaction buttons: 'Me gusta', 'Seguir', 'Compartir', and '+ Agregar un botón'. The page also includes a 'Crear publicación' section with options for 'En vivo', 'Evento', 'Oferta', and 'Empleo'. A language selection menu is visible, showing 'Español', 'English (US)', 'Italiano', 'Portugués (Brasil)', and 'Français (France)'. The page is currently set to 'Español'. At the bottom right, there is a 'Chat (desa...)' button.

Figura 4 Contenido del perfil

Elaborado por: Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

## Imagen de perfil

The image shows a screenshot of a Facebook profile page. At the top, the navigation bar includes the Facebook logo, a search bar with the text 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO', and user profile information for 'Milena' with options for 'Inicio', 'Crear', and notification icons. Below the navigation bar, a secondary menu contains 'Página', 'Bandeja de e...', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas...', 'Centro de an...', 'Más', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a profile picture placeholder with the text 'Información sobre: AYUDAS ECONÓMICAS ASISTENCIALES' and a blue plus icon. To the right of the profile picture are buttons for 'Me gusta', 'Seguir', 'Compartir', and a blue button labeled '+ Agregar un botón'. Below the profile picture, a post from 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO' is visible, stating 'actualizó su foto del perfil.' and 'Publicado por Milena Vargas Salazar (?) · 8 de enero'. The post image shows a circular graphic with the text 'Información sobre: AYUDAS ECONÓMICAS ASISTENCIALES' and logos for 'FACSO' and 'AYUDAS ECONÓMICAS ASISTENCIALES'. To the right of the post, there is a language selection menu with options for 'Español', 'English (US)', 'Italiano', 'Portugués (Brasil)', and 'Français (France)', along with a plus icon. Below the language menu, there are links for 'Privacidad', 'Condiciones', 'Publicidad', 'Opciones de anuncios', 'Cookies', and 'Más', followed by 'Facebook © 2019'. At the bottom of the post, there is a 'Promoción no disponible' button and interaction buttons for 'Me gusta', 'Comentar', 'Compartir', and a share icon.

Figura 5 Imagen de Perfil

Elaborado por: Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

## Imagen de portada

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO'. The page header includes the name, a search bar, and user profile information for Milena. The navigation bar contains links for 'Página', 'Bandeja de e...', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas...', 'Centro de an...', 'Más', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a cover photo with the text 'AYUDAS ECONÓMICAS ESTUDIANTILES' and 'APROVECHA LOS BENEFICIOS QUE HAY PARA TÍ'. The photo is flanked by logos for 'AYUDAS ECONÓMICAS ASISTENCIALES' and 'FACSO'. Below the photo, statistics show '2 Personas alcanzadas' and '0 Interacciones'. The page also includes a sidebar with navigation options like 'Inicio', 'Publicaciones', 'Eventos', and 'Empleos', and a right-hand panel with language settings and privacy information.

Figura 6 Imagen de portada

Elaborado por: Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

## Requisitos ayudas económicas: discapacidad o enfermedad catastrófica

The image shows a Facebook post from the page 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO'. The post is titled 'Ayudas Económicas Estudiantiles' and is published by Milena Vargas Salazar on January 8th. The main content of the post is a list of requirements for economic aid for students with disabilities or catastrophic illness. The requirements are:

- Solicitud dirigida al Vicerrector de Bienestar Estudiantil.
- Formulario de ayudas económicas, el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
- Copia de cédula.
- Certificado bancario de tener cuenta activa a nombre del estudiante solicitante, no se aceptan cuentas conjuntas.
- Certificado de estar legalmente matriculado en el semestre vigente a la fecha de presentación de su solicitud, emitida por la secretaria de la unidad académica o certificación emitida desde el SIUG.
- Certificado de discapacidad de conformidad con la Ley Orgánica de Discapacidades, emitida por autoridad nacional competente; o certificado médico que acredite padecer una enfermedad catastrófica debidamente avalado por la Dirección de Atención Integral.

The post also features a green wheelchair icon and the text 'Ayuda económica por: DISCAPACIDAD O ENFERMEDAD CATASTRÓFICA'. The Facebook interface includes a search bar, navigation menu, and a sidebar with options like 'Inicio', 'Publicaciones', 'Eventos', and 'Empleos'.

Figura 7 Requisitos ayudas económicas: discapacidad o enfermedad catastrófica

Elaborado por: Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

## Requisitos ayudas económicas: carencias de recursos económicos

The image shows a Facebook post from the page 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO'. The post is titled 'Ayudas Económicas Estudiantiles' and is published by Milena Vargas Salazar on January 8th. The main content of the post is a graphic with a green background that lists the requirements for economic aid due to lack of resources. The requirements are:

- Solicitud dirigida al Vicerrector de Bienestar Estudiantil, en la cual deberá describir la situación económica o de vulnerabilidad que acrediten su carencia de recursos.
- Formulario de ayudas económicas, el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
- Ficha Socio-económica el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
- Copia de cédula.
- Certificado bancario de tener cuenta activa a nombre del estudiante solicitante, no se aceptará cuentas conjuntas.
- Certificado de estar legalmente matriculado en el semestre vigente a la fecha de presentación de su solicitud, emitida por la secretaria de la unidad académica o certificación emitida desde el SIUG.
- Planilla de servicio básico del domicilio.

The post also shows a 'Me gusta' button, a 'Seguir' button, and a 'Compartir' button. The page name 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO' is visible at the top of the post. The Facebook interface includes a search bar, navigation tabs, and a right-hand sidebar with language options and privacy settings.

Figura 8 Requisitos ayudas económicas: carencia de recursos económicos

Elaborado por: Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

## Requisitos ayudas económicas: por excelencia académica

The image shows a Facebook page for 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO'. The page header includes the name, a search bar, and navigation options like 'Inicio', 'Crear', and 'Más'. The main content area features a post from Milena Vargas Salazar dated January 8th. The post title is 'Ayudas Económicas Estudiantiles' and the main heading is 'Ayuda económica por: EXCELENCIA ACADÉMICA'. Below the heading is a list of requirements:

- ◆ Solicitud dirigida al Vicerrector de Bienestar Estudiantil.
- ◆ Formulario de Ayudas Económicas, el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
- ◆ Copia de cédula.
- ◆ Certificado bancario de tener cuenta activa a nombre del estudiante solicitante, no se aceptará cuentas conjuntas.
- ◆ Certificado de estar legalmente matriculado en el semestre vigente a la fecha de presentación de su solicitud, emitido por la secretaría de la unidad académica o certificación emitida desde el SIUG, y poseer un promedio de 9.50 a 10 y no haber reprobado ninguna asignatura en el semestre inmediato anterior.

The page also includes a sidebar with navigation links like 'Inicio', 'Publicaciones', 'Eventos', and 'Empleos', and a footer with 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO' and an 'Enviar mensaje' button.

Figura 9 Requisitos ayudas económicas: por excelencia académica.

Elaborado por: Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

## Requisitos ayudas económicas: por excelencia deportiva internacional.

The image shows a Facebook post from the page 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO'. The post is titled 'Ayudas Económicas Estudiantiles' and is published by Milena Vargas Salazar on January 8th. The main content of the post is a graphic with a green background and a blue silhouette of a person running. The text on the graphic reads: 'Ayuda económica por: EXCELENCIA DEPORTIVA INTERNACIONAL'. Below this, there is a list of requirements:

- Solicitud dirigida al Vicerrector de Bienestar Estudiantil.
- Formulario de ayudas económicas, el mismo que deberá constar en el portal web de la Universidad de Guayaquil.
- Certificado bancario de tener cuenta activa a nombre del estudiante solicitante, no se aceptan cuentas conjuntas.
- Copia de cédula.
- Certificado de estar legalmente matriculado en el semestre vigente a la fecha de presentación de su solicitud, emitida por la secretaria de la unidad académica o certificación emitida desde el SIUG.
- Certificado que lo acredite como deportista de alto rendimiento y que ha representado internacionalmente al país, emitido por autoridad nacional competente.

The Facebook interface includes a search bar at the top, navigation tabs (Página, Bandeja de e..., Notificaciones, Estadísticas, Herramientas..., Centro de an..., Más, Configuración, Ayuda), and a sidebar on the left with options like 'Inicio', 'Publicaciones', 'Eventos', 'Empleos', and 'Promocionar'. The right sidebar shows a language selection menu and a 'Facebook © 2019' footer.

Figura 10: Requisitos por Excelencia Deportiva Internacional

Elaborado por: Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

## Tipos de ayudas económicas

The image shows a Facebook page for 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO'. The page features a blue header with the name and a search bar. Below the header, there are navigation tabs: 'Página', 'Bandeja de e...', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas...', 'Centro de an...', 'Más', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area displays a post from Milena Vargas Salazar, dated January 8th, with the text 'Conoce sobre las Ayudas Económicas Asistenciales - UG - FACSO'. The post includes a graphic with the following categories of aid:

- Excelencia académica
- Ayuda por discapacidad o enfermedad catastrófica
- Carencia de recursos
- Excelencia deportiva internacional

The graphic also includes the text: 'AYUDAS ECONÓMICAS ASISTENCIALES' and 'Las ayudas económicas estudiantes que brinda la Universidad de Guayaquil son:'. The page also shows a sidebar with navigation options like 'Inicio', 'Publicaciones', 'Eventos', and 'Empleos', and a 'Promocionar' button.

Figura 11: Tipos de ayudas económicas

Elaborado por: Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

## Descargar requisitos en el SIUG

The image shows a Facebook page for 'Ayudas Económicas Estudiantiles - UG - FACSO'. The page header includes the name, a search bar, and navigation options like 'Inicio', 'Crear', and 'Configuración'. The main content area features a post from Milena Vargas Salazar dated January 8th, with the text: 'Para más información ingresa al Sistema Integrado de la Universidad de Guayaquil <https://servicioenlinea.ug.edu.ec/siug/Account/Login.aspx>'. Below the post is a banner for 'AYUDAS ECONÓMICAS ESTUDIANTILES' from the 'Universidad de Guayaquil FACSO'. The banner contains the heading 'Requisitos' and the text: 'Todos los requerimientos de solicitudes de Ayudas Económicas se harán on-line, ingresando al Sistema Integrado de la Universidad de Guayaquil (SIUG) a través de la siguiente página web: <https://servicioenlinea.ug.edu.ec/SIUG/Default.aspx>'. Below the banner is a grid of 12 icons representing various services: DATOS PERSONALES, MATRICULACIÓN, REGISTRO EXAMEN DE SUFICIENCIA, CALIFICACIONES, ASISTENCIA, HORARIOS, MALLA CURRICULAR, ORDEN DE PAGO, EXAMENACIÓN DOCENTE, REGISTRO ESTUDIANTIL, AUTORIZACIONES ESPECIALES, and REGISTRO AYUDAS ECONÓMICAS. The right sidebar shows a language selection menu with options for Spanish, English, Italian, Portuguese, and French, along with privacy and copyright information.

Figura 12 Descargar los formatos de requisitos en el SIUG

Elaborado por: Vargas Salazar Milena y Chavarria Bone Raúl

## 4.6 Matriz

### Cronograma de Difusión y Promoción.

2019 – 2020

Duración	Fecha	Contenido	Método	Recursos	Actividad	Responsable
1 hora  (se especifica que se realizarán 4 talleres, 1 en cada Carrera, Semestral )	Mayo 2019	Inducción sobre la página de Facebook: Ayudas Económicas Estudiantiles, – UG – FACSO. Mostrar imágenes con los contenidos de las ayudas económicas. Difundir todo lo relacionado con el servicio del departamento. Presidentes de cada curso de distintas jornadas	Participativa Explicativa	Humanos y materiales. Laboratorio de la Facultad de Comunicación Social donde se tiene acceso a: computadores, Infocus, Internet Estudiantes.	Cada estudiante debe acceder a una computadora y buscar la página Ayudas Económicas Estudiantiles, – UG - FACSO	Lcda. Myriam Mendoza Solórzano. Raúl Chavarria (Estudiante) Milena Vargas (Estudiante)
Costo por taller:		\$10				

Tabla 20 Cronograma de difusión y promoción

## 4.7 Presupuesto

Presupuesto					
Actividad	Cantidad	Recursos	Precio Unitario	Frecuencia	Total
Creación de la página de Facebook	1	Computadora Internet Cyber	5	Anual	5
Elaboración de imágenes, infografías para subir a la página de Facebook	2	Computadora Internet Cyber	10	Semanal	20
Subir documentos de contenido de las ayudas económicas estudiantiles,	8	Computadora Internet Cyber	5	Mensual	40
Subir imágenes, infografías con contenido de la pagina	3	Computadora Internet Cyber	5	Semanal	15
Taller Inducción y promoción en cada de las Carreras de la Facultad de Comunicación Social.	8	Humanos y materiales, laboratorio de la Facultad de Comunicación Social; Infocus, computadoras, estudiantes.	10	Semestral	80
<b>Total</b>					<b>160</b>

Tabla 21 presupuesto

Para la ejecución del proyecto, será financiada con recursos propios para el fin de la misma.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

### **5.1 Conclusiones**

Como resultado de este trabajo de investigación, se utilizó la población de 3,871 estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, mediante realización de la fórmula de muestra, se determinó que nuestra población de trabajo es de 349 estudiantes de las distintas carreras.

El resultado de las encuestas realizadas a la muestra de 349 estudiantes, determinó que el 59.5% de los encuestados, no reciben información sobre las ayudas económicas, por parte de la Facultad de Comunicación Social. (Datos obtenidos en base a la pregunta 5).

De igual manera, mediante las entrevistas realizadas, se llega a la conclusión que existe poca difusión por parte del Departamento de Bienestar Estudiantil, debido a que no se informa de manera masiva a través de plataformas digitales, pues los estudiantes, manejan constantemente alguna red social.

Ante la falta de información y propagación, se concluye en la necesidad de crear una página oficial en Facebook, donde los gestores de los servicios asistenciales, en las diferentes carreras puedan realizar una masiva difusión y promoción de las Ayudas Económicas, a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social.

## **5.2 Recomendaciones**

Se recomienda que las autoridades de la Facultad Comunicación Social, por medio del Departamento de Bienestar Estudiantil - Servicios Asistenciales, otorguen información oportuna a los estudiantes de todos los cuatros carreras.

Se recomienda que los administradores de la página mantengan constante movimiento en la red social Facebook, dos veces a la semana con información relevante de las ayudas económicas estudiantiles.

Se recomienda, responder los mensajes y comentarios que lleguen a la página a la brevedad posible, sean estos positivos o negativos, para despejar todas las dudas por parte de los estudiantes.

Es necesario, modernizar el perfil de la página, por ello se recomienda que los administradores, cambien las fotos de perfil y portada cada dos meses.

## Bibliografía

- Alonso, R., & Lozano, D. C. (2015). La información digital actual un nuevo modelo de contenido educativo para un entorno de aprendizaje obicuo. *Revista de educación a Distancia* , 3-16.
- Blanes, M. (2013). La transparencia informativa de las administraciones públicas, el derecho de las personas a saber y la obligación de difundir información pública de forma activa. . *Universidad de Alicante* , 61-545.
- Bustamante, I. (2014). *Como divulgar informacion y contenidos científicos* . Caracas: Universidad Catolica Andres Bello.
- Cerezo, H. (2016). *ÁNALISIS A LA PROGRAMACIÓN RADIAL DE RADIO SIBIMBE 105,1 FM; DEL CANTÓN VENTANAS, DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS, PARA LA CREACIÓN DE UNA RADIO REVISTA*. Guayaquil, Ecuador : Repositorio de la Universidad de Guayaquil. Obtenido de [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15317/1/TESIS\\_16\\_DE\\_JUNIO\\_DEL\\_2016.henr\\_y\\_cerezo\\_mosquera%5b1%5d.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15317/1/TESIS_16_DE_JUNIO_DEL_2016.henr_y_cerezo_mosquera%5b1%5d.pdf)
- Clavijo, A., & Moran, J. (2016). *plan Estratégico para dar a comocer y mejorar la calidad de los servicios que brinda el departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad de Guayaquil periodo 2015-2016*. Guayaquil: Repositorio de la Universidad de Guayaquil.
- Constitución de la Republica, E. (2008). Recuperado el 10 de Enero de 2019
- Coronel, G. (2015). Estado de diarios, Revistas, medios digitales de Ecuador . *Revista Pauta Geral Estudos em Jornalismo* , 51-72.
- Coy, R. (2016). *Tesis Doctoral: Un análisis de las promociones de ventas al consumidor: los cambios que supone la introducción de los smartphones en esta táctica de marketing* .
- Domínguez, E. (2012). *Medios de Comunicación Masiva*. Estado de México: Red tercer Milenio. Obtenido de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios\\_de\\_comunicacion\\_masi va.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masi va.pdf)
- Ecuador, C. d. (2008). *Constitucion de la republica del ecuador*. Montecristi: Registro oficial de la republica del ecuador.
- Estatuto de la Universidad de Guayaquil, U. (2017). Recuperado el 10 de Enero de 2019
- Estrada, J. (2014). *la comunicacion de la ciencia*. Quito: revista Chasqui.
- Fernández, V. (2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de Producto. *Bibliotecas Anales de Investigación* , 64-78. Obtenido de Bibliotecas Anales de Comunicación .
- Franco de Prado, J. (2016 ). *Medios de Comunicación Tradicionales en el nuevo entonrno digital* .
- Franco de Prado, J. (2016). *Medios de Comunicación Tradicionales en el nuevo entorno digital*. Obtenido de [https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K\\_GMIM\\_Septiembre21.pdf?sequence=1](https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K_GMIM_Septiembre21.pdf?sequence=1)
- Golovina, N. (28 de Mayo-Agosto de 2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas* , 190-198.

- Guayaquil, U. d. (2018 ). *Estatuto Orgánico de la Universidad de Guayaquil*. Guayaquil .
- Jiménez, M., & Ponce, A. (2016). *INFLUENCIA DE LA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS DE LA BIBLIOTECA GRÁFICOS NACIONALES S.A PROPUESTA: GUÍA METODOLÓGICA CON ENFOQUE A LA AUTOMATIZACIÓN DEL FONDO BIBLIOGRÁFICO*. Guayaquil: Repositorio de la Universidad de Guayaquil .
- León, N. (2013). Fuerzas de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 382-389. Recuperado el 25 de 01 de 2019
- Ley Orgánica de Comunicación, L. (2013). Recuperado el 10 de Enero de 2019
- Marco, F. G. (2011). *El concepto de informacion:una aproximacion trasdisciplinar*. Madrid: <servicio de publicaciones de la universidad complutense de madrid.
- Montero, E. (21 de 03 de 2018). Analisis del fortalecimiento en la educacion superior para mejorar el sistema productivo en el Ecuador 2013 - 2017. 64 - 71. Recuperado el 09 de 01 de 2019
- Paoli, A. (2013). *Comunicacion e informacion aspectos teoricos* (2 ed.). mexico df, Mexico: Trillas.
- Pino, E. A. (2013). *Historia del Ecuador*. Guayaquil: El Conejo.
- Raiteri, M. (2016). El comportamiento del consumidor final. *Universidad Nacional de Cuyo*, 13-55. Recuperado el 25 de 01 de 2019
- Ramírez, M. (2013). La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad: el caso de la radio y televisión de Andalucía, España. *Global Media Jornual México*, 3-16. Recuperado el 25 de 01 de 2019
- Reglamento de ayudas economicas para estudiantes regulares de grado y posgrado de la universidad de guayaquil* . (2017). Guayaquil .
- Rodriguez, I. (2015). *De la imprenta a los medios digitales: la prensa escrita y sus transformaciones*.
- Rubín de Selis, S. (2014). El cine documental ecuatoriano contemporáneo. 32-44. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-ElCineDocumentalEcuatorianoContemporaneoTradicione-5362854.pdf
- Salazar, V. (05 de marzo de 2017). *Análisis de la página oficial de Facebook @FACSO.UG y su influencia en la comunicación organizacional interna de la facultad de comunicación social, carrera de comunicación* . Guayaquil : Repositorio de la Universidad de Guayaquil . Recuperado el 09 de enero de 2019
- Sanchez, M., Schmidt, M., Zuntini, J., & Obiol, L. (Octubre-Diciembre de 2017). La influencia de las redes sociales virtuales en la disfunción de información y conocimiento: Etudio de PYMES. *Revista Ibero Americana de Estrategia*, 69-90. Obtenido de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331253804006>>
- SENECYT. (2017). *rendicion de cuentas año 2017*. Quito: registro oficial del ecuador.
- SENPLADES. (4 de diciembre de 2018). [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_OK.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf). Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_OK.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf): [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_OK.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf)

Vaque, G., & Villegas, L. (2018). *Diseño de Estrategias de Ppromocion para la carrera de Ingenieria en Marketing de la Universidad de Guayaquil*. Guayaquil: Repositorio de la Universidad de Guayaquil.

Zapata, G. (2018). Información en Educación Superior . *Revista Calidad en la Educación* , 15.

# **ANEXOS**

## Anexos 1 Formato de encuesta.



### Universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación Social Encuesta

**La presente encuesta tiene fines académicos y tiene relación con el Tema:**  
“Estudio de la difusión y promoción de ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil y su incidencia en la información, que reciben los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, 2018 “

#### Datos del Encuestado

Sexo F ( ) M ( ) Edad \_\_\_\_\_

#### 1.- ¿Seleccione la carrera que está cursando?

Diseño Gráfico	<input type="checkbox"/>
Comunicación Social	<input type="checkbox"/>
Publicidad y Marketing	<input type="checkbox"/>
Hotelería y Turismo	<input type="checkbox"/>

#### 2.- ¿Nivel de semestre?

Primer Semestre	<input type="checkbox"/>	Sexto Semestre	<input type="checkbox"/>
Segundo Semestre	<input type="checkbox"/>	Séptimo Semestre	<input type="checkbox"/>
Tercer Semestre	<input type="checkbox"/>	Octavo Semestre	<input type="checkbox"/>
Cuarto Semestre	<input type="checkbox"/>	Noveno Semestre	<input type="checkbox"/>
Quinto Semestre	<input type="checkbox"/>		

#### 3.- ¿Por qué medios usted recibe información académica en la Facultad de comunicación social?

Correo Institucional	<input type="checkbox"/>
Sistema Integrado Universidad de Guayaquil (SIUG)	<input type="checkbox"/>
Cuentas Oficiales en Redes Sociales	<input type="checkbox"/>
Medios Informales	<input type="checkbox"/>

**4.- ¿Conoce sobre las ayudas económicas estudiantiles, que otorga la Universidad de Guayaquil?**

Si

No

**5.- ¿La Facultad de Comunicación social en algún momento le brindó información sobre las ayudas económicas estudiantiles,?**

**(En caso de responder no pase pregunta 7)**

Si

No

**6.-Especifique por qué medios:**

Volantes  Cuentas oficiales en red social

Charlas  Otros\_\_\_\_\_

**7.- ¿Conoce usted qué departamento de FACSO es responsable de brindar información sobre las ayudas económicas estudiantiles,?**

**(En caso de responder no pase pregunta 9)**

Si

No

**8.-Identifique el departamento:**

Secretaria  Decanato

Dirección de carrera  Bienestar Estudiantil

**9.- ¿Es beneficiario de alguna ayuda económica estudiantil?**

**(En caso de responder no pase pregunta 11)**

Si

No

**10.- ¿Cuál de las siguiente ayuda económica estudiantil recibe?**

- Excelencia Académica
- Carencia de Recursos o Sostenibilidad
- Excelencia deportiva, cultural o distinción científica
- Para personas con discapacidad.

**11.- ¿Seleccione cuál de las siguientes redes sociales utiliza frecuentemente?**

- Twitter
- Facebook
- Instagram

**12.- ¿A través de qué red social le gustaría recibir o estar informado sobre las ayudas económicas estudiantiles,**

- Facebook
- Twitter
- Instagram

**13.- ¿Cómo evalúa el beneficio de tener una ayuda económica estudiantil en la facultad?**

- Favorable
- Muy favorable
- Regular
- Desfavorable

**14.- ¿Considera las ayudas económicas estudiantiles, como motivación para el estudiante?**

- Si
- No

## **Anexos 2: Evidencia de Encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social**



Encuestas realizadas a estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Carrera de Diseño Gráfico



Encuestas realizadas a estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Carrera de Publicidad y Mercadotecnia



Encuestas realizadas a estudiantes de la Facultad de Comunicación Social– Carrera de Hotelería y Turismo



Encuestas realizadas a estudiantes de la Facultad de Comunicación Social– Carrera de Comunicación Social



Encuestas realizadas a estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Carrera de Comunicación Social

### Anexos 3: Evidencia de entrevista realizada



Entrevista con la Gestora del departamento de Bienestar Estudiantil de Ayudas Económicas la Lcda. Miriam Mendoza