

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR – UNIB.E

ESCUELA DE COMUNICACIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniero en Comunicación y
Producción en Artes Audiovisuales

**“Reportaje sobre las actividades académicas de la Universidad
Iberoamericana del Ecuador dirigido a estudiantes de colegios fiscales
emblemáticos de la ciudad de Quito”.**

Autor:

Freddy Ariel Velasco Aguirre

Directora:

Dra. Alicia Elizundia Ramírez

Quito, septiembre de 2018

CARTA DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister.

Fredi Zamora

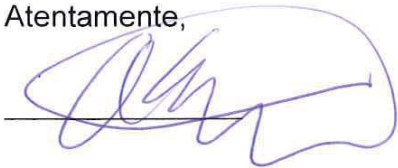
Director de la Escuela de Comunicación y Producción en Artes Audiovisuales

Presente.

Quien suscribe, Alicia Elizundia, PhD. Directora del Trabajo de Titulación realizado por Freddy Ariel Velasco Aguirre, estudiantes de la carrera de Comunicación y Producción en Artes Audiovisuales de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, informo haber revisado el documento titulado **“Reportaje sobre las actividades académicas de la Universidad Iberoamericana del Ecuador dirigido a estudiantes de colegios fiscales emblemáticos de la ciudad de Quito”**, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito, y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

En tal virtud, autorizo al estudiante Freddy Ariel Velasco Aguirre, a que procedan a hacer el empastado del trabajo de titulación, y su entrega a la dirección de la Escuela.

Atentamente,



Dra. Alicia Elizundia, PhD.

Directora del Trabajo de Titulación

CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación "**Reportaje sobre las actividades académicas de la Universidad Iberoamericana del Ecuador dirigido a estudiantes de colegios fiscales emblemáticos de la ciudad de Quito**" así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la institución, citando la fuente.

Freddy Ariel Velasco Aguirre



Quito, septiembre de 2018

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por darme la fuerza para continuar con mis proyectos de vida, porque me permite sonreír con cada uno de mis logros. Por las pruebas que ha puesto en mi camino y porque ha permitido aprender de mis errores.

Agradezco a la UNIB.E por acogerme en su comunidad universitaria y así poder culminar mi carrera con éxito.

A la profesora Alicia Elizundia por haber brindado sus conocimientos, sabios consejos y su experiencia académica.

También forman parte de este trabajo Henry Andrade, Martín Loachamin, Javier Santo y Julio Hidalgo quienes aportaron con su talento para la elaboración del video.

Agradecimientos especiales a todos los entrevistados docentes y estudiantes que aportaron sus conocimientos y testimonios para obtener información valiosa en este trabajo.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi hijo Matías, por el orgullo de ser un ejemplo a seguir hacia mi hijo, por ser mi impulso para superar cualquier obstáculo y adversidad que se haya presentado en todo el periodo académico, es el ser que motivo mis ganas de superarme cada día, más por él y para él.

A mis padres, hermanos porque sin ellos la meta conseguida no se hubiera podido obtener.

Este trabajo también me lo dedico a mí mismo, por el empeño que tuve para culminar mi carrera, el camino no fue fácil, tuve grandes sacrificios hasta llegar a este momento, sacrificios que valieron la pena para enfrentar todos los obstáculos hasta que mis metas se vean cumplidas.

ÍNDICE

CARTA DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	I
CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
AGRADECIMIENTOS	III
DEDICATORIA	IV
ÍNDICE	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
ÍNDICE DE IMAGÉNES	IX
RESUMEN	X
CAPÍTULO I:.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Presentación del problema	1
1.2 Justificación	2
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
CAPITULO II:.....	5
MARCO TEÓRICO	5
2.1 Géneros periodísticos	5
2.2 Definición del Reportaje	5
2.3 Definición de reportaje televisivo.....	6
2.4 Tipos de Reportajes en televisión	6
2.4.1. Reportaje Narrativo.....	7
2.5 Clasificación de reportajes	7
2.6 Publicidad	9
2.7 Estrategias de Publicidad.....	9
2.8 Elementos de una Campaña Publicitaria	11
2.9 Universidades en el Ecuador	12
2.9.1 Tipos de universidades	13
2.10 Universidad Iberoamericana del Ecuador	14
CAPÍTULO III:.....	16
METODOLOGÍA	16

3.1. Metodología cualitativa	16
3.2. Muestra no probabilística	17
3.3. Instrumentos de recolección de datos de numeración	18
3.3.1 Encuesta a colegios	18
3.3.2. Encuesta a estudiantes de primer nivel de la UNIB.E.....	18
3.4 Entrevistas a expertos.....	19
3.5. Elaboración del Reportaje	19
3.5.1. Etapa 1: Desarrollo	19
3.5.2. Etapa 2: Preproducción	20
3.5.3. Etapa 3: Producción.....	21
3.5.4. Etapa 4: Post Producción	22
CAPÍTULO IV:	23
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN	23
4.1 Desglose de la producción	23
4.1.1 Storyline	23
4.1.2 Sinopsis	24
4.2 Desglose de encuestas realizadas en los colegios	24
4.2.1 Encuesta Colegio Nacional Juan Pío Montufar.....	24
4.2.2 Encuesta Colegio Nacional Mejía	27
4.2.3 Encuesta Unidad Educativa Juan Montalvo.....	28
4.3 Análisis de entrevistas a expertos.....	30
4.3.1 Entrevista a la Dra. Yemala Castillo.....	30
4.3.2 Entrevista a Mg. Paúl Oña	33
4.3.3 Entrevista al Mg. Juan Francisco Romero	35
4.3.4 Entrevista a la Mst. Carla Caicedo.....	37
4.3.5 Entrevista a la Mg. Diana Constante.....	38
4.3.6 Entrevista al Mg. Fredi Zamora.....	40
4.3.7 Entrevista a la Lic. Rosibel Ramos	42
4.4 Escaleta reportaje actividades académicas de la UNIB.E.....	44
CAPÍTULO V:	46
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46
5.1 Conclusiones.....	46

5.2 Recomendaciones	47
GLOSARIO	49
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS	56
Anexo No. 1. Encuesta a estudiantes de colegios	56
Anexo No. 2. Encuesta a estudiantes de primer nivel de la UNIB.E.	57
Anexo No. 3. Entrevista	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1. Colegios seleccionados para la investigación.....	17
Tabla No. 2. Horarios de grabación del reportaje	22
Tabla No. 3. Escaleta Reportaje UNIB.E	44

ÍNDICE DE IMAGÉNES

Imagen No. 1. Componentes de un Proyecto del reportaje.....	6
--	---

RESUMEN

La presente investigación se propuso como objetivo final realizar un reportaje en el que se muestra la actividad académica de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.. No se trató el tema con fines propagandísticos, sino que se ofreció información sobre cada una de las carreras con ideas innovadoras para que al público que está dirigido se interese por las opciones que brinda la UNIB.E. Se buscó indicar las facilidades de pago como una característica principal de la universidad porque hoy en día los costos elevados de la educación superior son un obstáculo para varios jóvenes que desean estudiar y no pueden hacerlo por tal motivo.

Como el reportaje se direccionó principalmente hacia estudiantes de los colegios fiscales emblemáticos de Quito, se realizaron encuestas a varios de ellos para conocer sus necesidades académicas y así también se mostró el reportaje en sus colegios.

Palabras clave: reportaje informativo, Colegios fiscales, Universidad Iberoamericana del Ecuador.

CAPÍTULO I:

INTRODUCCIÓN

1.1 Presentación del problema

La Universidad Iberoamericana del Ecuador no posee una difusión correctamente direccionada que contenga los puntos de análisis: expansión, motivación de las carreras que tiene para ofrecer a los estudiantes que terminan segundo nivel en los colegios fiscales.

La misión fundamental de la Universidad Iberoamericana del Ecuador es la formación integral de sus estudiantes y garantizar profesionales aptos y competentes para desempeñarse en la sociedad ecuatoriana; la institución generalmente no ofrece un material específico dedicado a enriquecer, potenciar y fomentar una oferta académica para los estudiantes que culminan el bachillerato y desean continuar con sus estudios de tercer nivel (Universidad Iberoamericana del Ecuador, 2012).

En la ciudad de Quito existen varios colegios considerados emblemáticos de los cuales se gradúan miles de estudiantes por año, quienes no siempre tienen una idea clara sobre qué profesión seguir, hablando de las carreras clásicas y no clásicas.

En vista de que la Universidad Iberoamericana del Ecuador debe fortalecer su comunicación externa en torno a esta temática, se desea coadyuvar en el mejoramiento de su plan de comunicación y generar la difusión necesaria para así dar a conocerla de mejor manera.

Los estudiantes que desean ingresar a la universidad eventualmente desconocen la oferta completa de las carreras y no se preocupan en averiguar con cuales universidades cuentan por falta de información y es por eso que tal vez no saben qué carrera seguir, afectándose su ingreso inmediato a corto plazo a la universidad.

Dentro de este contexto, la pregunta de investigación es:

¿Cómo dar a conocer las diferentes áreas académicas de la Universidad Iberoamericana del Ecuador a los estudiantes del último año de colegios emblemáticos de la ciudad de Quito?

1.2 Justificación

En Quito existen una serie de colegios fiscales que forman estudiantes para que realicen posteriormente sus estudios universitarios y ejerzan a nivel profesional.

Mencionar los colegios a los cuales está dirigido este reportaje es de vital importancia porque así se sabrá el porqué de la realización de este proyecto.

Estos colegios son: Instituto Nacional “Mejía”, Colegio Experimental “Juan Montalvo Quito” y Colegio Nacional “Juan Pío Montúfar” catalogados entre los mejores del país, avalados por el Estado Ecuatoriano. Se pretende que estas instituciones tomen en cuenta en sus procesos de orientación estudiantil las carreras que puede ofrecer la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Con la reestructuración del plan de difusión se quiere llegar a tocar la conciencia de los estudiantes, quienes desean ser profesionales, pero desconocen las posibilidades que tienen en la UNIB.E.

En un esfuerzo por proporcionar una orientación a los estudiantes y a sus padres en la búsqueda de colegios, el Ministerio de Educación y la SNNA (Sistema Nacional de Nivelación y Admisión) ha publicado una lista de los mejores colegios en Quito, basándose en la información recolectada luego de las pruebas de ingreso a las universidades ENES. A continuación, los resultados del informe (SNNA, 2016).

Colegios Fiscales: Instituto Nacional Mejía, Colegio Nacional Juan Pío Montúfar, Colegio Nacional Juan Montalvo.

Resulta interesante conocer que los estudiantes de estos dos establecimientos acuden mayormente a otras universidades y no se dan el tiempo de conocer la Universidad Iberoamericana del Ecuador que tiene once años formando profesionales.

Esta universidad mantiene carreras tales como: Gastronomía, Hotelería, Turismo, Producción para Medios de Comunicación, Cosmiatría, Nutrición y Dietética e Ingeniería de Software y Economía.

Esta última recientemente añadida al grupo de carreras de la universidad, que aún no cuenta con estudiantes.

La Universidad se ha dado a conocer más en estos últimos años gracias a su replanteamiento ya que se encuentra acreditada y dentro de la categoría B (UNIBE, 2017).

Las personas que conocen la Universidad Iberoamericana del Ecuador han sido informadas en su mayoría por terceras personas; también la universidad ofrece la convalidación y con ello continuar con la información que los estudiantes puedan haber suspendido en otros centros de estudio por diversos factores.

Algo que está fortificando sobremanera a la universidad es su Subsistema de Formación Académica con varios puntos importantes a su favor como la consolidación del sistema a los estudios de pregrado para garantizar el acceso y la permanencia estudiantil en la Universidad, fortalecimiento de la gestión pedagógica y curricular para la formación de profesionales con valores éticos, orientada a la transformación económica y social del país. Están afianzando el ambiente de aprendizaje y de bienestar institucional para garantizar la calidad de procesos académicos, junto con el personal académico, el sistema de graduación y el seguimiento a graduados para garantizar elevados niveles de eficiencia terminal, retención estudiantil e inserción laboral (Universidad Iberoamericana del Ecuador, 2015).

A pesar de todo esto, la Universidad Iberoamericana del Ecuador aún no se posiciona mejor, porque, entre otros aspectos, sus estrategias de publicidad no están dando los resultados esperados. En torno a esto se pudiera crear un eslogan, realizar cuñas radiales o pautar en internet de manera sistemática para llamar más la atención de los estudiantes de los colegios.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un reportaje sobre la oferta de carreras y las actividades académicas que publicite la Universidad Iberoamericana del Ecuador dirigido a los estudiantes de los colegios fiscales emblemáticos de la ciudad de Quito.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Definir las características de la UNIB.E y su oferta académica, así como los fundamentos acerca de un plan de publicidad para promover la UNIB.E.
- Conocer los intereses de los estudiantes acerca de sus expectativas profesionales y académicas para poder realizar el reportaje.
- Desarrollar técnicamente un reportaje basado en las características y cualidades académicas de la UNIBE utilizando el entretenimiento como herramienta audiovisual.

CAPITULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos son formas que busca el comunicador para poder expresarse de una forma diferente, mostrando ideas claras que permitan al público que los observa los pueda entender sin ningún contratiempo.

El Reportaje forma parte selecta del género informativo y en éste se pueden distinguir dos tipos: el reportaje objetivo cuyo estilo es poco creativo, no es muy extenso, profundiza poco y apenas analiza los hechos (Gargurevich, 2004).

Por otro lado, se encuentra el reportaje interpretativo que es profundo, aporta antecedentes, analiza hechos hasta llegar al fondo. Además, prevé su alcance y analiza lo que pueda pasar, no cuenta solo lo que pasa en el momento sino más bien profundiza en el tema (Torres, 2005).

2.2 Definición del Reportaje

Género periodístico que contiene en su texto todos y cada uno de los demás géneros. Es informativo, pero también contiene elementos propios de los textos de opinión, trata sobre actualidad y permite incluir recursos creativos. Es la fusión de todos los géneros periodísticos. Trabajo que profundiza las interioridades de la noticia, en las causas y consecuencias de algún acontecimiento actual.

Es un texto más subjetivo que los dirigidos estrictamente a la información porque posee la interpretación de su autor, dualidad que lo define como un género interpretativo.

El reportaje informa, pero a diferencia de la noticia, éste suscita la información, mientras que la noticia la busca (Vilamor, 2000).

Es un género desligado de la actualidad, aunque suelen derivar de una noticia puntual. Un reportaje debe contener información completa y fiel sobre la temática

que trata no es necesario que esté ligado a la actualidad más inmediata se lo puede realizar solo sabiendo que significa textualmente hay pasos a seguir los cuales nos ayuda a realizar un excelente trabajo; así es como (Reygada, 2016) planifica un reportaje para poder realizarlo correctamente en varios pasos.

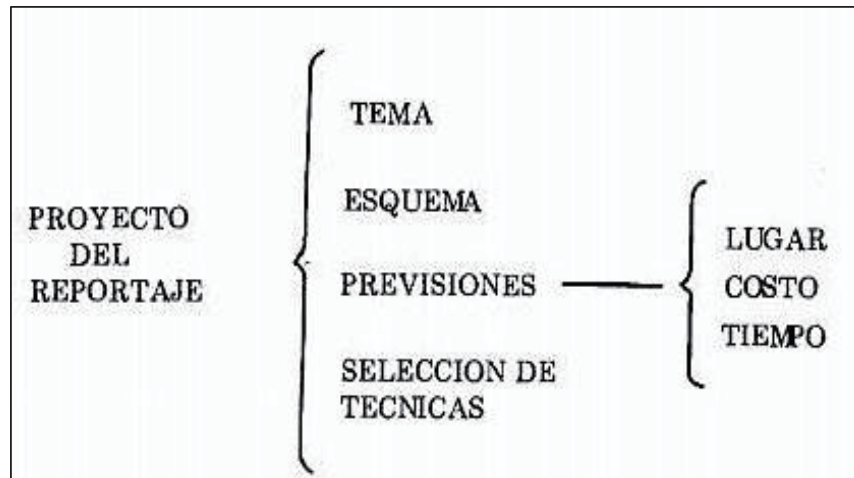


Imagen No. 1. Componentes de un Proyecto del reportaje.

Fuente: Reygada, 2016.

2.3 Definición de reportaje televisivo

Es un género que se adaptó el primero de la prensa escrita y tv gracias a su versatilidad, libertad y periodicidad se puede transmitir de forma independiente o como un subproducto de un programa.

Entre sus características, presenta acontecimientos noticiosos, una duración variable y se muestra por medio de imágenes, sonidos una perspectiva de la realidad que vive una persona, un grupo de personas, instituciones con intereses colectivos (Maza, 1994).

2.4 Tipos de Reportajes en televisión

La línea divisoria entre uno y otro es tan delgada que es fácil que el reportero traspase una de la otra.

- Según la materia y narración: Trata dos estilos muy marcados que son el reportaje de hechos que presenta acontecimientos como algo objetivo y acabado.
- Otro reportaje en esta división es el de opiniones, declaraciones e ideas, aquí las ideas de los protagonistas son las que toman preponderancia.
- Según el destino y la duración: Es provocado por una noticia inmediata es de corta duración dura de 3 a 5 minutos.
- Según la fuente: En esta categoría los reportajes son variados, pero mencionamos el reportaje de calle debido a que es el que se elabora con material sonoro y visual original captado en el lugar de los hechos (Gutiérrez, 2005).

2.4.1. Reportaje Narrativo

Parecido al cuento corto o la anécdota, narra en un estilo ameno un suceso interesante. El hecho es real pero tratado con los elementos y recursos de que se vale la literatura: muchas comparaciones, imágenes y hasta metáforas, que parten de un diálogo entre una sociedad, con sus lógicas, sus luchas de poder, su forma de mirarse a sí misma y discutir problemas y los medios de comunicación que le sirven de foro, faro y espejo (Herrscher, 2009).

2.5 Clasificación de reportajes

Las tipologías que existen en los reportajes son variadas gracias a la diversidad de tópicos que abordan un trabajo periodístico; la segmentación está supeditada por la intención que se otorga al reportaje y a su destino final (Marín, 2003).

Cada uno de estos tiene su propia identidad el cual lo hace diferente a los demás a pesar de que tienen un mismo fin que es el de informar.

Otros aspectos a tomar en cuenta para clasificar los reportajes son datos numéricos de informes oficiales, otros que ofrecen una visión retrospectiva de la vida de una

persona o entidad, otros que profundizan sobre acontecimientos de actualidad, y otros que investigan asuntos que hasta ese momento pasaban desapercibidos para la opinión pública (Yanes, 2006).

Entonces, el reportaje se clasifica en lo siguiente:

- **Reportaje retrospectivo**, éste se centra en datos del pasado que ilustran algo que ahora es noticia.
- **Reportaje de profundización**, su contenido aporta datos desconocidos que revelan aspectos concretos de las noticias que últimamente han estado en las primeras páginas de los periódicos.
- **Reportaje de investigación**, el más importante de todos, posee exclusividad de medio que lo publica o transmite es una novedad de información porque está ligado con temas de actualidad.
- **Reportaje objetivo**, cumple en gran parte las mismas funciones que la noticia. Presenta bastantes elementos comunes, sobre todo que el periodista mantiene la objetividad en la presentación de los hechos. El reportaje objetivo consta de dos partes: el *lead* y el cuerpo del mismo (Yanes, 2006).

El *lead* (*Punto central de la noticia*) del reportaje pretende ganar la atención del lector desde la primera frase, a diferencia del lead de la noticia que tiene como función prioritaria condensar la esencia de la noticia. No es necesario que el *lead* del reportaje reúna los datos esenciales de los acontecimientos o hechos que se describen.

En cuanto al cuerpo del reportaje (La historia, el hecho o acontecimiento), el periodista tampoco tiene que ceñirse a la estructura de la pirámide invertida casi obligatoria en las noticias. Además de aplicar esta estructura cuando la estime conveniente, el periodista puede combinar datos esenciales con datos complementarios para mantener el interés del lector y la intensidad del relato. En el reportaje no es obligatoria la exposición de los datos en estricto orden decreciente de importancia (Elías, 2003).

El presente reportaje tuvo el entretenimiento como base principal, conjuntamente con información verídica por parte de los protagonistas del mismo.

2.6 Publicidad

La publicidad es el arte de convencer consumidores, es un puente entre el producto, servicio y el consumidor, cuenta con una cantidad infinita de versiones, que llegan a ser un puente de piedra o de hierro que se consigue no como un camino a recorrer sino más bien como un camino a trazar (Bassat, 1993).

Es una actividad que se puede desarrollarse en distintas organizaciones para comunicarse con el exterior de las mismas, de ahí su adaptación en el proceso de comunicación hacia la publicidad, donde el emisor es el anunciante y el receptor el anuncio.

Por último, no hay anuncio sin intención. Desde la oferta de un puesto de trabajo hasta las campañas de divulgación sanitaria. Se pretende influir sobre el público para que compre, alquile, venda, cambie, se abstenga de, proteja, cuide, ame, disfrute, limpie, done esto o lo otro. Si el anuncio logra su objetivo, ya es otra cosa (Erickson, 2001).

Los objetivos que cumple la publicidad se resumen en fomentar una imagen o conseguir ventas, también dar a conocer una marca o producto intensificando su consumo para conseguir que sea de mayor preferencia entre el público objetivo.

Al introducir una línea de productos lo que se busca es favorecer su distribución creando, manteniendo o mejorando la imagen, si es necesario modificando hábitos o actitudes, contrarrestando las acciones que pueda tener la competencia, eso ayudará a captar más clientela porque se hará notar y reconocer aún más la marca representada en una buena publicidad (González, 1996).

2.7 Estrategias de Publicidad

Persigue un objetivo, diseñar una campaña que permita lograr una respuesta concreta que queremos provocar en el público objetivo, así que es la clave para que finalmente una campaña en el mundo de la publicidad funcione.

Una estrategia de publicidad efectiva es aquella que comprende el diseño de los expositores, posters y anuncios locales para el beneficio de los distribuidores. Materiales que deben ser aprobados previamente por los expertos en el tema publicitario.

Cuando alguna estrategia no está bien direccionada suele fracasar, es por ello que se debe plantear un objetivo desde un inicio el cual deberá cumplirse con todos los lineamientos trazados por sus creadores.

La publicidad es un fenómeno social complejo que adapta varias estrategias de comunicación, cada estrategia tiene resultados diferentes que van cambiando según las personas y el tiempo.

La elección de una estrategia de comunicación, selección de medios, presupuestos y calendarios depende de los objetivos de los anunciantes. Si una empresa no tiene objetivos publicitarios claros no tiene sentido hacer la campaña o vigilar sus resultados (Tellis, 2002).

Antes de que una empresa comience con sus estrategias publicitarias para cierto producto, es necesario tener presente cuales son las características que tiene dicho producto o servicio, cuál es el objetivo que persigue este producto, además de las ventajas que presenta sobre otros productos de similares características.

Las estrategias que existen son: Estrategias financieras, estrategias promocionales y estrategia de tracción, esta última está orientada hacia la motivación del cliente final, por medio de la aprobación del producto.

Una estrategia publicitaria correctamente direccionada consta de tres partes esenciales:

La 'copy strategy': el objetivo de esta fase es indicar a los creativos cuál es el objetivo de la campaña.

La estrategia creativa: Se desarrollan pautas establecidas en la *'copy strategy'*, aquí el equipo creativo trabaja junto al departamento de cuentas y el de medios

elaborando una propuesta que logre cumplir con el esquema previamente realizado para que logre ser impactante, notorio, original y transmita los atributos deseados.

La estrategia de medios: Fase que centra la forma de llegar a la mayor parte de nuestro público objetivo, aumentando el número de impactos y minimizando el coste de la campaña (Carrillo, s.f.).

2.8 Elementos de una Campaña Publicitaria

Para poder esclarecer la campaña publicitaria se debe tener objetivos claros, estos son: persuadir, crear fidelidad, informar cuestiones concretas, crear una imagen de marca o empresa determinada

Estos 6 elementos son claves para realizar una campaña publicitaria de la que se espera grandes resultados.

1. Presupuesto de publicidad: Usar el dinero de manera estratégica para lograr el éxito, invirtiendo correctamente el presupuesto publicitario en relación a los objetivos de ventas.
2. Medios de comunicación: Se debe publicitar en algunos medios de comunicación existentes, ya sea televisión, radio, internet o impresos.
3. Plan de acción: Clave para llevar a cabo la campaña, ofrece información relevante para poder ejecutar correctamente una estrategia publicitaria.
4. Público objetivo: Saber quiénes son tus clientes potenciales para poder crear unos anuncios acordes a sus necesidades.
5. Frecuencia: Es asegurarse llegar al mayor número de personas posibles, de modo que la frecuencia se trata de un elemento primordial.
6. Plan de marketing: Su creación y seguimiento ayuda a las empresas a identificar metas propuestas, aprender sobre los competidores, los objetivos a largo plazo e incluso sobre la misma empresa (<http://ec.globedia.com/>).

2.9 Universidades en el Ecuador

La universidad en el Ecuador, así como en todo el mundo es el resultado del aporte de la humanidad porque el conocimiento científico es el aporte de varios seres humanos y el trabajo que ellos realizan día con día es el de construir, aplicar y difundir la ciencia, la cultura y la tecnología (Pacheco, 2008).

La clasificación ecuatoriana ha determinado que existan tres categorías de universidades, según el financiamiento que reciban, públicas si el Estado es quién financia toda su actividad, privadas cofinanciadas si reciben ayuda del Estado y privadas autofinanciadas aquellas que no reciben fondos del presupuesto del Estado.

Se ha realizado todo esto para que el país pueda formar profesionales de excelencia, dándoles oportunidades a todos quienes se sientan capaces de hacerlo sin distinción de género, ya que en épocas pasadas las mujeres no tenían el derecho de ser una profesional. Nuestro país se encuentra intentando tener un nivel universitario académico de calidad y así poder llegar a los estándares de calidad de las universidades internacionales (Pacheco, 2008).

La universidad es la institución que procesa la ciencia, la educación y la cultura, conforme con las exigencias de las sociedades en la historia y con los anhelos superiores del ser humano. La universidad no es solo una institución que existe desde determinada época, sino que es ante todo un anhelo de perfeccionamiento humano; se trata de un atributo espiritual superior (Pacheco, 2008).

La universidad y la sociedad: la universidad es ante todo una entidad humana. Antes de hablar de todas sus instalaciones, comodidades o condiciones, la universidad es un conjunto de seres pensantes, investigadores, educadores, alumnos y en general todos quienes desarrollan la ciencia y demuestran sus utilidades.

Una buena universidad posee una estructura académica universitaria que no es el conjunto de la institucionalidad de la universidad, sino aquella parte fundamental referida a la organización para el desarrollo de las actividades académicas que son

la docencia, la investigación, la extensión – vinculación y la gestión académica y la forma de cómo una institución se organiza para el desarrollo de la ciencia y la cultura, y para la formación de profesionales. Además, por su puesto de la gestión administrativa que también forma parte de la organización universitaria.

Existen algunas apreciaciones sobre las universidades ecuatorianas que colaboran con sus avances, por ejemplo, está la de un buen planteamiento universitario que es un partícipe activo del proceso de planificación nacional, especialmente en aquellos campos que atañen al desarrollo de la ciencia y de la tecnología, al desarrollo del sistema educativo en todos sus niveles y en general al desarrollo de la cultura (Pacheco, 2008).

2.9.1 Tipos de universidades

Cada universidad es un caso diferente, hay varias normas y aspectos los cuales suman características diferentes en cada establecimiento, pero hay elementos que por más de que su naturaleza les impide cambiar, estos se ven afectados por unos nuevos que modifican su esencia e inclusive se incorporan otros que hace que nos limitemos a fijar criterio de clasificación para que sobresalgan y se diferencien con claridad, tales criterios son los siguientes: (Mena, 1965).

- a) Tipología ideológica acorde con el presente siglo: estas son universidades democráticas entre estas predominan las de dirección comunista.
- b) Tipología funcional: estas brindan preferencia al desarrollo del humanismo que auspician la investigación científica.
- c) Tipología regional: universidades asiáticas, europeas, norteamericanas y latinoamericanas.
- d) Tipología nacional: este selecto grupo ingresan las universidades ecuatorianas conjuntamente con otras como la alemana, francesa, chilena entre otras todo va en función de aquello que es nacionalmente estimable como un distintivo con el que la universidad más caracterizada de un país hace la monitoria sobre otras.
- e) Tipología regimental: universidades autónomas, semiautónomas, y dependientes que tienen o no una dirección estudiantil.

- f) Tipología facultativa: universidades completas ya que proporcionan varios servicios a la sociedad en todos los campos requeridos (Mena, 1965).

Cada una de las tipologías caracterizan a las universidades en algún momento dado de su historia y haciendo un contraste con lo que son en la actualidad, las universidades gozan de autonomía varias también tienen iniciativas de planes de trabajo y empleo de rentas es por ello que cada una es diferente y lo que tienen en común es la formación de profesionales.

En la actualidad existen instituciones que se encargan del manejo de la educación superior y sus actividades.

El CEAACES (Consejo de evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior) tiene varias funciones en cuanto al manejo universitario, que han sido mencionadas para conocer el tipo de universidades que tiene el país (EcuadorUniversitario, s.f.)

Mencionamos algunas de las funciones a continuación:

- Planificar, coordinar y ejecutar las actividades del proceso de evaluación, acreditación, clasificación académica y aseguramiento de la calidad de la educación superior.
- Aprobar la normativa para los procesos de evaluación, acreditación, clasificación académica y aseguramiento de la calidad de las instituciones del Sistema de Educación Superior, programas y carreras, bajo sus distintas modalidades de estudio.
- Resolver sobre los informes y recomendaciones derivados de los procesos de evaluación, acreditación y clasificación académica.

2.10 Universidad Iberoamericana del Ecuador

La UNIB.E es una universidad relativamente nueva, para poder conocer lo que es resulta necesario saber su historia, inicios y desarrollo a lo largo de estos más de 11 años de servicio.

El proyecto de creación de la UNIB.E se remonta a principios de los años noventa, el sustento conceptual y operativo de la UNIB.E lo constituye la “Fundación Castro”, creada el 20 de mayo de 1994. Sin fines de lucro por definición, la Fundación proyecta sobre la universidad sus ideales altruistas, de servicio a la sociedad, y de seriedad. Luego, en 1995, se abrió la Escuela de Producción en Radio y Televisión, siguiendo las Escuelas de Ecoturismo, Gastronomía, Administración Turística y de Administración Hotelera. Por fin, ya como Universidad, se abrieron las carreras de Derecho, de Ventas y Negocios, y de Relaciones Públicas (UNIBE, 2018).

Es así como la UNIB.E se creó, anteriormente las carreras que posee la Universidad Iberoamericana del Ecuador son: Licenciatura en Gastronomía, Licenciatura en Hospitalidad y Hotelería, Licenciatura en Turismo, Producción para medios de comunicación, Ingeniería en Software, Licenciatura en Nutrición y Dietética y Economía.

La UNIB.E cuenta con ciertas características, como el 10% de docentes con título de PhD, 51% de docentes trabajan a tiempo completo. La Universidad mantiene convenios con instituciones nacionales y extranjeras que ayudan al crecimiento de la institución. También están bastante ligados al campo investigativo y cuentan con departamentos y proyectos de Investigación continuamente.

Los estudiantes son fundamentales para el establecimiento y para poder graduarse deben pasar el proceso de vinculación y titulación, la institución cuenta con programas de becas con apoyo solidario, culturales, excelencia, acción afirmativa y otros (UNIBE, 2018).

CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA

3.1. Metodología cualitativa

Es un método científico empleado en diferentes disciplinas, especialmente en ciencias sociales, como la antropología o la sociología. La investigación cualitativa busca información en profundidad para poder comprender el comportamiento humano y las razones que gobiernan tal comportamiento.

El método cualitativo investiga los ¿Por qué? y los ¿Cómo?, no sólo los ¿Qué? ¿Dónde? y ¿Cuándo? Por esto mismo, en el método cualitativo se utilizan muestras pequeñas, más enfocadas a un tema en particular.

Se tomó en cuenta este método porque nos interesamos en conocer las falencias de la UNIB.E, en todos sus aspectos, pero no solamente hablar de carencias sino también de varios aciertos que posee, debido a que parece ser que lo único que le falta para complementar una gran actividad administrativa y académica es una buena publicidad y propaganda, por medio de este trabajo de titulación se busca hacer eso usando el reportaje como instrumento principal donde mostramos cada carrera que tiene la UNIB.E no de la forma tradicional sino más bien de una forma entretenida para así lograr el objetivo principal que es la elaboración de un reportaje sobre la oferta de carreras y las actividades académicas de la Universidad Iberoamericana del Ecuador dirigida a los estudiantes de los colegios fiscales emblemáticos de la ciudad de Quito.

3.2. Muestra no probabilística

Tabla No. 1. Colegios seleccionados para la investigación.

Colegio	Dirección
Colegio Nacional Mejía	Calle Vargas 989. Quito - Pichincha
Colegio Nacional Experimental Juan Pío Montufar	Av. Napo S6-381 y Cárdenas
Unidad Educativa Juan Montalvo	Calles Gatto Sobral y Andrés de Artieda, Quito

Elaboración propia

Se escogió esta muestra porque se requería colegios que tengan ciertas características, entre otras que sean emblemáticos de la ciudad.

- Instituto Nacional Mejía: El “Patrón” Colegio Mejía fue el segundo colegio laico del país y el primero de Quito El Instituto Nacional Mejía nació con la espada y el pensamiento imponente del Libertador Eloy Alfaro que forjó con su pluma el despertar de la Patria y su juventud (Cepeda, 2014).
- Colegio Nacional Experimental Juan Pío Montufar: Fue designado con el nombre de uno de los más importantes personajes de la historia del país. “El primer presidente de América Revolucionaria” Juan Pío Montufar, Marqués de Selva Alegre, quien estuvo al frente de la Primera Junta de Gobierno Autónoma de Quito y es considerado uno de los 3 colegios más emblemáticos de la ciudad de Quito por sus rica historia y grandes hazañas a lo largo de los años (Colegio Montufar, 2015).
- Unidad Educativa Juan Montalvo “Papá Montalvo”: La Unidad Educativa "Juan Montalvo", antes Colegio Juan Montalvo conforma el grupo de los cuatro “grandes” del laicismo fundado por el General Eloy Alfaro. El ex presidente fundó la centenaria institución en 1901, conjuntamente con el Colegio Manuela Cañizares. En aquella época, José Peralta fungía como Ministro de Instrucción, cargo que hoy equivale al titular de la cartera de Educación (Colegio del Mundo, 2017).

Realizamos dos encuestas, la primera fue dirigida para los estudiantes que están cursando el último año de bachillerato en los colegios antes mencionados.

En un colegio se realizaron 80 encuestas, mientras que en los dos restantes 60, debido a la menor cantidad de alumnos en el plantel.

3.3. Instrumentos de recolección de datos de numeración

3.3.1 Encuesta a colegios

La encuesta tuvo preguntas que fortalecieron la obtención de información, mostrando los gustos y necesidades de los estudiantes, además de darnos cuenta si es que conocían o no en verdad la Universidad Iberoamericana, pero lo más importante de este proceso fue que motivamos a varios jóvenes a que se unan a la institución (Anexo 1).

Las encuestas a los colegios constan con un total de cinco preguntas entre abiertas y cerradas con la finalidad de constatar lo que los estudiantes desean estudiar.

Por eso cada pregunta tiene dos respuestas claves y la oportunidad de que ellos expresen alguna idea o inquietud que hayan tenido.

3.3.2. Encuesta a estudiantes de primer nivel de la UNIB.E

Esta encuesta fue realizada con la finalidad de conocer con exactitud, cuantos estudiantes ingresaron a la UNIBE y sobretodo el por qué llegaron a esta universidad, las formas o métodos de cómo se informaron de su existencia.

Un total de cinco preguntas fueron formuladas a 20 estudiantes que fueron elegidos por sugerencias personales por mayor colaboración de respuestas.

Las preguntas fueron abiertas y cerradas para que los encuestados puedan brindar un concepto clave que era lo que se estaba buscando (Anexo 2).

Aunque nuestro estudio es cualitativo utilizamos la encuesta como instrumento para explorar el nivel de conocimientos que hay sobre la UNIB.E, lo cual nos facilitó

recopilar datos para poder aplicar otras técnicas y para saber hacia dónde direccionar nuestro objetivo en el reportaje.

3.4 Entrevistas a expertos

En el proceso de investigación de campo, se realizaron entrevistas a profesionales activos del área de la Publicidad y a los Directores de las carreras de la UNIBE para la recolección verídica de datos (Anexo 3).

Dentro de la UNIB.E los docentes seleccionados para entrevistar fueron:

- Mgst. Fredi Zamora, Director de la Escuela de Producción para Medios de Comunicación.
- Mgst. Paul Oña, Director de la Escuela de Hospitalidad Y Hotelería
- Mgst. Juan Francisco Romero, Director de la Escuela de Gastronomía
- Mgst. Diana Constante, Directora de la Escuela de Turismo
- Dra. Yemala Castillo, Directora Escuela Ingeniería en Software
- Mgst. Carla Caicedo, Directora de la Escuela de Nutrición
- Lic. Rosibel Ramos, Relacionista Pública de la UNIB.E

Las entrevistas (Anexo 3) tuvieron entre 4 a 5 preguntas direccionadas al tema de información de las carreras para obtener respuestas que sustenten y justifique el Trabajo de Titulación. Siendo preguntas abiertas, de opinión y de profundización.

3.5. Elaboración del Reportaje

En la elaboración del reportaje se realizó una producción, la que constó de las siguientes etapas:

3.5.1. Etapa 1: Desarrollo

En esta primera etapa del proceso se realizó la escaleta para su respectivo desglose de la elaboración del reportaje, la cual se cumplió correctamente con lo establecido por el realizador.

Aquí se fijó a las personas que formarían parte del reportaje, tanto delante como detrás de cámara, realizando un producto de calidad aplicando todo lo aprendido durante la carrera.

3.5.2. Etapa 2: Preproducción

En este segundo punto se desarrolló todo lo referente al proceso de fijación de algunos de los elementos que intervienen en el reportaje. Hay tres partes en La preproducción termina cuando finaliza la planificación y el contenido comienza a ser producido.

3.5.2.1. Material técnico

Para que una producción se la realice correctamente se debe utilizar los equipos correctos y en este reportaje se cumplió con esa ley.

- Cámara Canon 80 D
- Trípode
- Luces Led
- Micrófono Boom
- Grabadora de voz

3.5.2.2. Equipo humano

Las personas que formaron parte del reportaje son: el Director de la Escuela de Licenciatura para medios de comunicación Mg. Fredi Zamora, la Directora de la Escuela de Ingeniería en Software Dra. Yemala Castillo, el Director de la Escuela de Hotelería Mg. Paúl Oña, la Mg. Dian Constante; Directora de la Escuela de Turismo, Mg. Juan Francisco Romero; Director de la Escuela de Gastronomía y la Directora de la Escuela de Nutrición Mg. Carla Caicedo.

Todos ellos con una cita previa aportaron con sus testimonios para la realización del reportaje.

Un estudiante de cada carrera escogido al azar brindó unas palabras sobre qué carrera estudian en la UNIB.E, mientras que a otros se les preguntó algo referente a su carrera.

También se contó con un presentador encargado del reportaje quien se encargó de toda la parte dinámica del mismo, utilizando el entretenimiento como atracción principal y la formalidad en las preguntas hacia los docentes para obtener la mezcla que se deseaba entre el dinamismo y la seriedad.

Así se pudo construir una sola línea de continuidad para que el reportaje pueda tener coherencia, información y entretenimiento que es lo que se buscó desde un principio.

3.5.2.3. Lugar de grabación

Las locaciones escogidas para este reportaje fueron netamente las instalaciones de la Universidad Iberoamericana del Ecuador utilizando al máximo sus espacios, tales como los sets de grabación de la Escuela de producción, los patios exteriores, algunas aulas del edificio docente y el laboratorio de la Escuela de Software.

Todos estos sitios fueron reservados con antelación para poder ser utilizados sin ningún contra tiempo ni interrupción de ningún tipo.

Dirección: Calle 9 de Octubre y Calle Santa María.

3.5.3. Etapa 3: Producción

El rodaje se desempeñó en un periodo exhaustivo de 3 semanas del 5 al 26 de mayo, donde se citó a los entrevistados previamente y a los estudiantes de la UNIBE se los entrevistó con una anticipación para que se encuentren a disposición total del realizador.

Las grabaciones del presentador se las hicieron en el set de grabación de la Universidad Iberoamericana del Ecuador con el permiso de las personas competentes en el tema.

El proceso se lo pudo realizar sin ningún contratiempo y con total disposición de los participantes quienes mostraron su interés en el momento del rodaje.

3.5.3.1. Horarios de grabación

Tabla No. 2. Horarios de grabación del reportaje

Fecha	Hora	Actividad
3/4/2018	12:00 - 15:00	Entrevista Director Producción
10/4/2018	10:00 - 14:00	Grabación entrevistas Turismo, Hotelería y Gastronomía
12/4/2018	14:00 - 15:00	Entrevista a la Directora Escuela Software
13/4/2018	10:00 - 11:00	Entrevista al Secretario Académico / Bibliotecóloga de la UNIB.E
16/4/2018	11:00 - 12:00	Entrevistas a los estudiantes de la UNIB.E
20/4/2018	10:00 - 13:00	Grabaciones del presentador

Elaboración propia

3.5.4. Etapa 4: Post Producción

Este fue el último proceso de la producción que se realizó. Consta en la edición y técnicas de montaje que se utilizaron en el armaje del video el cual fue previamente analizado con expertos en el tema quienes aportaron con ideas y varios *tips* que se respetaron al pie de la letra.

Para la edición del material grabado se escogieron dos programas *Adobe Premiere CC* y *Adobe After Effects* los cuales fueron de gran ayuda para realizar el montaje.

CAPÍTULO IV:

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

Al analizar todo el material audiovisual obtenido desde un inicio como fue la pre producción, el rodaje, y la post producción, encontramos una gran cantidad de información que ha sido bien distribuida para la finalización del reportaje.

Para el trabajo escrito, se realizaron encuestas las cuales se aplicaron en los 3 colegios escogidos para mostrar el proyecto audiovisual. También se realizaron 20 encuestas a estudiantes de primer semestre de la UNIB.E para conocer los motivos por los cuales ingresaron a la institución.

Además, se realizaron entrevistas a expertos sobre los temas de mayor importancia para la recolección de información en este trabajo de titulación.

Si tu estudio es cualitativo debes comenzar por las entrevistas y decir que también se aplicaron encuestas

4.1 Desglose de la producción

En esta producción audiovisual se tomaron en cuenta 3 elementos *storyline*, sinopsis y escaleta.

4.1.1 Storyline

Término que usamos para designar, con el mínimo de palabras posibles el conflicto matriz de una historia. Un *story line* debe contener lo esencial de la historia; esto es:

- La presentación del conflicto.
- El desarrollo del conflicto.
- La solución del conflicto.

Es decir, debe corresponderse con los elementos de la narrativa tradicional: exposición, nudo (o nudos desarrollados) y desenlace. Son tres puntos clave de historia, durante los cuales:

- Ocurre algo.
- Hay que hacer algo.
- Se hace algo (Ágora TV, 1998).

En este reportaje se mostró a la UNIB.E con sus características principales, como forma de motivación para los estudiantes que salieron del colegio ingresen a la institución a continuar con sus estudios ya de tercer nivel. Con una idea principal e innovadora que es el entretenimiento por parte del presentador y mezclado con la parte informativa de los que brindaron testimonios.

4.1.2 Sinopsis

Es un resumen de carácter general de una obra, sea ésta un libro, una obra teatral, o una película, permite a los lectores o espectadores conocer los aspectos más relevantes de la obra, dándole un panorama general de la trama (Deborah, 2015).

El reportaje “UNIB.E la Universidad que tú necesitas” nos lleva a observar un elemento de información entretenido, con la participación de un presentador dinámico y la parte informal de los entrevistados quienes con sus conceptos propician información sobre lo que es la UNIB.E, intercalándose entre sí y gracias a eso “atrapar” estudiantes desde un inicio para cumplir con el objetivo pactado.

4.2 Desglose de encuestas realizadas en los colegios

Las encuestas a los tres colegios se realizaron en una misma semana, para analizar los resultados tomamos una a una las preguntas y así se obtuvo la información necesaria.

4.2.1 Encuesta Colegio Nacional Juan Pío Montufar

El trabajo realizado en este colegio se llevó sin problemas por parte las autoridades y estudiantes que accedieron a responder la encuesta sin ningún problema:

Pregunta 1. ¿Qué piensas estudiar en la universidad?

Aquí, de las 80 personas encuestadas, solo 14 coincidieron con las carreras que existen en la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Lo más relevante de esto fue que carreras como Turismo, Hotelería y Producción fueron las más acogidas por este pequeño grupo de estudiantes, mientras que Economía tuvo una aceptación de 7 de las 14 personas.

Esta pregunta fortaleció la realización del trabajo audiovisual porque se pretendió mostrarles todas las carreras que la UNIB.E tiene para ofrecer.

En el Reportaje cada Director nos habló de la característica principal que tiene la carrera que dirigen.

Pregunta 2. ¿Has escuchado o conoces algo sobre las carreras de Ingeniería en Software, Cosmiatría o Producción Audiovisual? Si las conoces explicar lo que sabes.

De los 80 encuestados en el Colegio Montúfar, 66 dijeron no conocer sobre las carreras en mención, pero 14 de ellos de una forma sencilla contaron con sus palabras que es cada carrera dando a entender que si saben de lo que se trata.

A pesar de que sabían que era la Ingeniería en Software ninguno en la pregunta anterior la colocó como una opción de estudio.

Esto hizo aún más importante el trabajo audiovisual porque en el momento de la muestra del video se notó el interés de los jóvenes y las preguntas sobre la carrera empezaron a darse.

En cuanto a la mayoría de estudiantes que respondieron tajantemente no a la pregunta, es para ellos que se realizó el trabajo, porque como se mencionaba anteriormente el problema de la UNIB.E está en sus formas de promocionarse y eso incluye directamente a las carreras que posee la institución.

Pregunta 3. ¿Desearías ingresar a una universidad pública o privada?

De las 80 encuestados, 30 dijeron que les interesa una universidad privada.

Un porcentaje alto debido a que se puede decir que los estudiantes que terminan sus estudios en colegios fiscales, buscan una misma modalidad para sus estudios universitarios.

En esta parte el Trabajo de Titulación se fortalece, porque la UNIB.E es una universidad privada la cual posee las carreras ya mencionadas y uno de los puntos más fuertes es sus moderados costos. Lo que llamó la atención de los estudiantes del colegio visitado quienes se interesaron por saber más sobre la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Pregunta 4. ¿Si no ingresas a una universidad pública cual sería tu destino académico?

Las respuestas de esta pregunta tuvieron el resultado esperado porque de los 80 encuestados, más de la mitad (46) optaron por la universidad privada o institutos eso es algo de suma importancia para el trabajo que se realizó, porque al momento de dirigirse a una universidad privada con las opciones que tiene la UNIB.E y sus características es una opción cada vez más fuerte para los estudiantes del colegio.

Con estas respuestas, los jóvenes mostraron interés hacia la educación privada, parte en la que la UNIB.E tiene las posibilidades que se pretenden en el presente trabajo.

La pregunta fue cerrada, con una respuesta concisa que era lo que se iba a buscar desde un inicio.

Pregunta 5. ¿Has oído hablar de la Universidad Iberoamericana del Ecuador? Al poner sí, explicar que conoces de la misma.

Para finalizar la encuesta fuimos directamente a lo que nos interesaba, saber si los jóvenes conocen la UNIB.E.

Esto resultó como se esperaba porque dándose la lejanía del colegio con la universidad era algo predecible, solo 12 dijeron conocerla.

Pero en cuanto a las personas que respondieron sí y expusieron sus argumentos, tales como ubicación de la universidad, carreras que existen en la misma, los analizamos y mostramos las características principales de la UNIB.E, tales como las carreras que tiene, el costo moderado que maneja, los títulos que otorga, entre otras cualidades que hacen de universidad un sitio de calidad.

4.2.2 Encuesta Colegio Nacional Mejía

Las encuestas fueron realizadas sin ningún problema y con la aceptación de los estudiantes.

Pregunta 1. ¿Qué piensas estudiar en la universidad?

De los 60 encuestados en el “Patrón”, 33 dijeron carreras como medicina, odontología, ciertas ingenierías.

Mientras que los 27 restantes coincidieron con las carreras que hay en la UNIB.E un número bastante alto para lo esperado.

Carreras como Turismo y Producción tuvieron más acogida entre las que posee la UNIB.E y las restantes eran conocidas por los estudiantes, pero no de su preferencia.

Pregunta 2. ¿Has escuchado o conoces algo sobre las carreras de Ingeniería en Software, Cosmiatría o Producción Audiovisual? Si las conoces explicar lo que sabes.

De los 60 encuestados, 38 dijeron conocer las carreras o por lo menos dar un concepto general de cada una de ellas. Lo que llamó la atención fue que la carrera de Cosmiatría fue de bastante inquietud por las mujeres encuestadas.

Mientras que 22 estudiantes dijeron no conocer las carreras, haberlas escuchado, para ellos nos centramos más en hacer el trabajo.

Pregunta 3. ¿Desearías ingresar a una universidad pública o privada?

Esta es la pregunta más directa para la acogida de estudiantes, aquí 31 de los 60 encuestados dijeron que ingresarían a una universidad privada, porque les gusta más y el ingreso es un poco más sencillo que a una universidad pública.

Los otros 29 manifestaron su gusto por las universidades públicas, pero si no está al alcance su ingreso no descartan una universidad privada, y la UNIB.E sería una opción para tomar en cuenta.

Pregunta 4. ¿Si no ingresas a una universidad pública cual sería tu destino académico?

Esta pregunta tiene mucho que ver con la anterior pero el resultado fue alentador, porque 38 de los 60 encuestados dijeron que ingresarían a una universidad privada, haciendo de más valía el trabajo realizado porque se puede trabajar con estudiantes que desean eso, mientras que los 22 restantes mencionaron otras actividades extra académicas, a los cuales se les mencionó la UNIB.E para que puedan tomarla como una opción para su futuro.

Pregunta 5. ¿Has oído hablar de la Universidad Iberoamericana del Ecuador? Al poner sí, explicar que conoces de la misma.

La pregunta más concisa de las 5, en esta la respuesta fue clara, de los 60 encuestados, 35 dijeron conocer la Universidad Iberoamericana del Ecuador, un porcentaje alto ya que es más de la mitad, mientras que los otros 25 dijeron que no y es para ellos el motivo del Trabajo de Titulación porque a pesar de que la respuesta fue positiva en su mayoría, el propósito de video y la propuesta es hacer que personas que no conocen la UNIB.E, ya sepan de que se trata y no solo eso, sino que se decidan por la misma para empezar una carrera.

4.2.3 Encuesta Unidad Educativa Juan Montalvo

El tercer y último colegio en encuestar fue el “Juan Montalvo”, donde no se mostraron complicaciones en cuanto a la accesibilidad de autoridades y estudiantes para poderlas realizar.

Pregunta 1. ¿Qué piensas estudiar en la universidad?

Fueron 60 encuestados, 25 respondieron que carreras técnicas tales como varias ingenierías, 10 respondieron medicina, mientras que los 25 sobrantes se repartieron entre las carreras que posee la UNIB.E, más específicamente hotelería, turismo y gastronomía. Cabe mencionar que 5 personas dieron a producción como su alternativa de estudios.

Pregunta 2. ¿Has escuchado o conoces algo sobre las carreras de Ingeniería en Software, Cosmiatría o Producción Audiovisual? Si las conoces explicar lo que sabes.

A pesar de la primera respuesta, no tan favorable para los intereses del trabajo.

Aquí 28 de los 60 encuestados, dijeron que si conocían las carreras que estaban en la pregunta, haciendo mención más en Producción e Ingeniería en Software.

Mientras que los 32 restantes dijeron no conocer las carreras encuestadas.

Una vez finalizada la encuesta, se dio una idea de lo que es cada una de esas carreras, llamando la atención de los estudiantes que formaron parte de la encuesta.

Pregunta 3. ¿Desearías ingresar a una universidad pública o privada?

La pregunta clave de la encuesta, tuvo una respuesta negativa para lo que se buscaba.

De los 60 encuestados, 43 dijeron que desean estudiar en una universidad pública, mientras que los 17 restantes respondieron lo contrario. Haciendo que el trabajo que se les mostró tenga más valía, porque supieron decir que ellos sí o sí deben ingresar a una universidad pública, pero en caso de que no lo hicieran, se les mostró la UNIBE como una opción futura para ellos.

Pregunta 4. ¿Si no ingresas a una universidad pública cual sería tu destino académico?

Al igual que la pregunta anterior la respuesta en esta fue contundente, porque de los 60 encuestados, 48 optaron por la respuesta de universidad privada, dejando bastante bien parada a la UNIB.E para los gustos de los estudiantes según las respuestas anteriores. Los otros 12 estudiantes colocaron respuestas tales ingresar a las Fuerzas Armadas, Policía o afines.

En este punto el trabajo tiene mucha importancia porque se debe mostrar las fortalezas que tiene la UNIB.E.

Pregunta 5. ¿Has oído hablar de la Universidad Iberoamericana del Ecuador? Al poner sí, explicar que conoces de la misma.

La última pregunta de la encuesta en este colegio fue con una respuesta bastante aceptable para los intereses del Trabajo de Titulación.

Por qué de los 60 encuestados, 36 dijeron conocer la Universidad Iberoamericana del Ecuador, sabiendo su ubicación y algunas de sus carreras, también supieron mencionar que saben de las facilidades que económicas que brinda la UNIB.E.

Mientras que los 24 restantes desconocían por completo la institución y supieron decir que si tiene las características que se les mencionó, no verían con malos ojos ingresar a la UNIB.E, cuando culminen sus estudios.

Este análisis dentro de los 3 colegios escogidos desde un principio, fortaleció de sobremanera el trabajo realizado porque se cumplió con nos de las metas que se planteó que era de conocer las inquietudes académicas de los estudiantes de los 3 colegios fiscales emblemáticos de la ciudad de Quito.

4.3 Análisis de entrevistas a expertos

4.3.1 Entrevista a la Dra. Yemala Castillo

La entrevista a la Directora de Software fue de gran ayuda para el Trabajo de Titulación porque fortaleció la investigación gracias a las palabras que nos brindó.

Pregunta 1. ¿Qué es la Ingeniería en Software?

R: Es una rama de la ingeniería y una rama de las ciencias de la computación. Básicamente se trata de desarrollar software en los distintos ambientes de hoy en día; web, móviles, clientes servidor, en todas las plataformas de hoy en día. Un ingeniero de Software se especializa para estos fines.

Pregunta 2. ¿Con que implementos cuenta la UNIB.E para que salga a flote la carrera y sus estudiantes?

R: Si, Software es la primera carrera que la UNIB.E abre como ingeniería, porque la universidad se ha caracterizado por tener carreras de corte administrativo. Al momento de abrir la carrera, se ofrece un laboratorio dedicado al desarrollo de software y otro para las prácticas de redes.

En la actualidad el laboratorio de redes de la UNIB.E está capacitado por completo, con herramientas para que los estudiantes puedan construir las redes en clases, disponemos de 5 máquinas porque se trabaja por grupos porque la idea es hacer la conectividad. Conectar los cables, están todos los requerimientos que se solicitaron para la asignatura.

Para el desarrollo de software como tal, la universidad tiene dos laboratorios dotados con 16 máquinas para que los estudiantes realicen sus prácticas, en la actualidad el laboratorio está casi al cien por ciento de operatividad, para el próximo semestre (septiembre – febrero) 2019, se requiere tener un laboratorio específico para la carrera de software, algo que está al alcance del presupuesto de la UNIB.E.

Pregunta 3. ¿Cuál es el campo laboral que se abre a un Ingeniero en Software?

R: En Ecuador hay mucho auge en lo que es desarrollo tecnológico, todo lo que tiene que ver con un emprendimiento tecnológico, en estos momentos en el

Ministerio Coordinador del Talento Humano está dentro de las 10 carreras más solicitadas y demandadas dentro del Ecuador.

Un ingeniero en software puede ser desde un empleado, una persona con relación de dependencia, debido a que una empresa por más pequeña que sea necesita una persona que les coordine sistemas de información, redes, unidades telemáticas y depende de la organización coloca el nombre que le corresponde, uno de los más comunes es el departamento de sistemas porque engloba muchas áreas.

Si hablamos de las áreas públicas cada día tiene todos los sistemas computarizados y si lo vemos desde el emprendimiento, todos estamos desarrollando *apps* para los teléfonos, hay un campo amplio para todo lo que tiene que ver con el desarrollo de la tecnología.

Lo que yo si noto aquí en los empleadores es que no conocen las características básicas de cada una de las carreras que están asociadas a las Ciencias de la computación y nos ponen a competir entre las personas, cuando el trabajo de un ingeniero en software es desarrollar software, sistemas, información, la parte “suave” de códigos, programación, no somos las personas ideales para conectar una red y nos ponen a hacer ese tipo de cosas y a personas que son especialistas en red quieren que les administren las bases de datos de la organización, porque hay esa tendencia de no conocer los límites las áreas de las ciencias de la computación.

Pregunta 4. ¿Cuál es la diferencia entre la Ingeniería en Software y la Ingeniería en Sistemas?

Un sistema incluye un número de elementos mayor de lo que puede incluir la ingeniería en software, la ingeniería en sistemas mira como un espectro general y no necesariamente están compuestos los elementos computacionales.

A diferencia que un Ingeniero en Software, es un desarrollador de software, entendiendo la diferencia con un programador, un ingeniero de software cumple desde que empieza un proceso hasta que termina, quiere decir que cumple con todas las etapas: planificación, tiempo, costos, desarrollo, personal, fases hasta

entregar un producto de software terminado con estándares de calidad para poderlos distribuir.

Ahí radica la diferencia un ingeniero de software se dedica a desarrollar sistemas computacionales y un ingeniero de sistemas tiene un espectro de conocimiento un poco más amplio y no necesariamente debe tener conocimientos de comunicación.

4.3.2 Entrevista a Mg. Paúl Oña

Pregunta 1. ¿En qué aspectos aporta la hotelería en Ecuador?

R: La hotelería dentro de Ecuador pertenece al sistema turístico, que tiene tres componentes: hotelería, hospitalidad y alojamiento.

Hospitalidad constituye el recibir de forma adecuada al turista, en Ecuador se ha incrementado la afluencia de turista. La hotelería genera fuentes de empleo, busca mejorar decisiones que se han tomado no muy acertadas en torno a la recepción de visitantes.

La hotelería también motiva al emprendimiento, por ejemplo ahora se habla de hotelería sustentable; sitios como Mindo y Loja son lugares que tienen una hotelería más amigable con el ambiente.

El Ecuador debería centrarse en mejorar los estándares de calidad si desea tener mayor afluencia de turistas; la hotelería aporta desde el servicio de refugio y alojamiento como tales.

La función principal de un hotelero es hacer sentir a un huésped o turista como en su propio hogar.

Pregunta 2. ¿Los estudiantes de hotelería de la UNIB.E salen completamente preparados para trabajar?

R: Para un buen desempeño en el ámbito profesional es fundamental el buen manejo de idiomas y en la UNIB.E además de tener seis niveles de inglés general, fortalecemos a nuestros estudiantes con dos niveles más de inglés técnico.

Asimismo, los chicos de hotelería están preparados en varios campos para brindar un excelente servicio hospitalario, muy buena atención al cliente, manejo de conflictos, desarrollo de eventos, trabajo en grandes hoteles de la ciudad, manejo de parte operativa, en varios mandos desde medios hasta altos.

Que la UNIB.E tenga docentes capacitados al máximo nacionales y extranjeros fortalece también los conocimientos de los estudiantes.

Varios estudiantes de la UNIB.E gracias a recibir buena formación académica trabajan en buenos cargos, en buenos hoteles, catering industrial, *lodges* en el Oriente, grandes hosterías, organización de eventos. Varios jóvenes han decidido emprender su propio negocio de eventos, como por ejemplo en la organización de bodas; esto resalta labor de la UNIB.E porque aquí se están formando y demostrando lo que aprendieron. Todo esto sin mencionar la labor en empresas públicas que también es muy importante

Pregunta 3. ¿Cuáles son las formas de fortalecer la carrera por parte de la UNIB.E?

R: Revisar la parte académica de los estudiantes proponiendo una renovada carrera cuyo nombre es: Hotelería y Hospitalidad.

Las giras académicas que realiza la UNIB.E también son de gran apoyo para que conozcan lo que es la planta hotelera que existe en Ecuador, priorizando el manejo operativo de las instalaciones para que el trabajo no solo sea teórico sino más bien práctico y que el desenvolvimiento sea mayor por parte de los estudiantes.

También la UNIB.E aporta con generar visitas específicas a hoteles lujosos de Quito y en otras regiones del país. Los convenios con grandes empresas hoteleras para la realización de prácticas pre profesionales también constituyen otra forma de fortalecer la carrera por parte de la universidad.

Pregunta 4. Conociendo el perfil profesional de un graduado en Hotelería de la UNIB.E. ¿Cuál puede ser su mayor aspiración laboral?

R: Al salir preparado en la parte administrativa y en la parte operativa un Licenciado Hotelero puede desempeñar varios cargos en hoteles de tres y hasta cinco estrellas de Ecuador, en cruceros a nivel mundial, degustación de vinos como *sommelier*, en el campo hotelero también encontramos el servicio de *flair working flair* que es el servicio de alto nivel en bares

Hay dos ramas esenciales en la hotelería: el alojamiento y alimentos y bebidas, ésta con mayor apertura. Debido a que es fuerte la parte administrativa y operativa, pudiendo llegar a ser jefes de operaciones y gerentes generales de hoteles.

Pregunta 5. ¿Por qué escoger a la Hotelería como una carrera para vivir?

R: La hotelería permite a quienes la estudian trabajar desde un primer semestre, debido a que desde un inicio aprenden y se capacitan en varios campos de la carrera.

Otra razón muy importante es que la Hotelería abre las puertas al mundo, porque sus practicantes pueden conocer muchos lugares generando ingresos. La versatilidad de un hotelero es un punto muy importante profesionalmente hablando. No se puede dejar de lado el manejo de idiomas, un hotelero debe manejar por lo menos dos a tres, pero la práctica es primordial porque eso te abre muchas puertas y por supuesto la generación de empleo dentro de esta carrera.

4.3.3 Entrevista al Mg. Juan Francisco Romero

Diálogo clave para responder varias dudas que se tenía a cerca de la carrera en mención y con su testimonio se las logró esclarecer.

Pregunta 1. ¿La gastronomía es rentable en nuestro país?

R: La gastronomía es un área en la cual la sociedad debe apuntar, porque políticas estatales deben tomarla como una estrategia de mejoramiento en nuestro país, tomando en cuenta que la gastronomía de nuestro país es muy variada y que se está convirtiendo en una nueva metodología que es el “turismo gastronómico”.

Muchos emprendimientos que se generan a través de la gastronomía haciéndole una invitación al turista.

La gastronomía no solo es un restaurante, un hotel, el catering; sino como una oportunidad para emprender porque es un motor económico.

Pregunta 2. ¿La UNIB.E exporta buenos profesionales a la sociedad?

R: Hemos tenido resultados positivos en los últimos semestres, ya que los comentarios de los lugares a donde nuestros estudiantes se dirigen han sido muy buenos. El estudiante de la UNIB.E es entregado a la calidad. El estudiante de la UNIB.E gracias a esos motivos se está ganando un lugar importante dentro de la industria, razón por la cual nosotros garantizamos un profesional de calidad que responde a las necesidades de una sociedad tan competitiva como la actual, un gastrónomo debe tener varias aptitudes no solamente la cocina, sino el servicio y todos los conocimientos técnicos que involucran los alimentos y la parte administrativa.

Pregunta 3. ¿Cómo se puede hacer crecer la Escuela de Gastronomía de la UNIB.E?

R: El factor más importante de la UNIB.E para su crecimiento es que ya estamos compitiendo con las grandes universidades, ganando un espacio importante, formando parte de varios eventos de gran importancia en la ciudad, gracias a esto la escuela de gastronomía se va dando a conocer.

La misión de la Dirección de Escuela es dar a conocer a nuestros estudiantes y que a donde ellos vayan den referencias buenas de la UNIB.E.

Pregunta 4. ¿La UNIB.E cuenta con una cantidad considerable de estudiantes?

R: Siempre es importante la competitividad y el incremento de estudiantes, pero hay que ser conscientes que no deseamos una fábrica de cocineros, lo que deseamos es que las personas que ingresen tengan una educación hasta cierto punto personalizada, la existencia de un *feedback* diario entre docente y alumno. Y no llenar las aulas por llenarlas, por eso es importante el incremento de estudiantes, no solamente por más ingresos sino para dar a conocer la universidad no por cantidad sino por calidad.

Pregunta 5. ¿Qué es un Chef y que es un Licenciado en Gastronomía?

Un licenciado en gastronomía no es necesariamente un chef, chef es una palabra lamentablemente muy mal usado, ninguna escuela de gastronomía te da el título de chef, palabra francesa que significa jefe de cocina, es un nombre que se da según el sitio donde se encuentra trabajando. El título del manipulador de alimentos es de cocinero.

Un licenciado en Gastronomía ha estudiado íntegramente todas las áreas que representa la cocina en la cual se topan varios temas, no solamente el cocinar, administración, parte nutricional, asepsia alimenticia, química orgánica entre otras.

4.3.4 Entrevista a la Mst. Carla Caicedo

Pregunta 1. ¿Cuál es el campo laboral de un Nutricionista?

R: El campo laboral de un nutricionista es muy amplio, más aún hoy en día que el tema de la alimentación está tomando cada vez más fuerza. Un nutricionista puede trabajar en salud pública, Investigación, catering, consulta privada, educación, gastronomía, nutrición comunitaria, nutrición deportiva, nutrición pediátrica, nutrición del adulto mayor entre muchos otros campos.

Pregunta 2. ¿Si está funcionando la carrera de Nutrición en la UNIB.E?

R: Si está funcionando, se debe tomar en cuenta que la carrera de Nutrición y Dietética de la UNIB.E es muy nueva, vamos recién por el 3er semestre. Sin embargo, nos podemos dar cuenta que cada vez hay más interés por esta carrera. El primer semestre de Nutrición y Dietética tiene solamente 5 alumnos, sin

embargo, ese número sigue aumentando en los siguientes semestres y esperamos contar con varios alumnos matriculados para el próximo período académico

Pregunta 3. ¿Por qué la carrera de Nutrición posee más mujeres que hombres?

R: Creo que esto se debe a un estereotipo que se ha creado sobre la carrera. Me parece que anteriormente se le orientaba a esta carrera a la parte estética por lo cual muchas veces los hombres se mantenían alejados. Actualmente, se sabe lo extensa y todos los campos que abarca esta carrera que va más para el área de la salud y cada vez se puede ver que más hombres se inclinan por la carrera de Nutrición y Dietética.

Pregunta 4. ¿En qué lugares los estudiantes de la UNIB.E pueden realizar sus prácticas pre profesionales?

R: Las prácticas pre profesionales se pueden realizar en varias áreas empezando desde la educación, a servicios de alimentación privados. La nutrición tiene un fuerte componente de salud por lo que normalmente se puede comenzar las prácticas de los estudiantes en hospitales tanto públicos como privados.

Pregunta 5. ¿La UNIB.E cuenta actualmente con las herramientas que necesita la carrera?

R: Siempre hay espacio para mejorar, la UNIB.E actualmente cuenta con algunas herramientas que necesita la carrera pero siempre podemos actualizarnos y buscar mejorar para garantizar la calidad de la educación en los estudiantes.

4.3.5 Entrevista a la Mg. Diana Constante

Una entrevista bastante cómoda de realizar, ya que la Directora de la Escuela de Turismo fue muy cordial y respondió a todas las preguntas con seguridad y no nos dejó ninguna duda.

Pregunta 1. ¿Cuáles son las actividades que realiza un ingeniero en turismo?

R: Se enfoca en desarrollar destinos turísticos con gran potencial, participar en consultorías. Identifica y da valor a los recursos naturales de los diferentes sitios emblemáticos del país.

Erradica varios sectores del país para la disminución de pobreza, porque la actividad turística comprende las estrategias para el desarrollo de cualquier nación.

Puede desarrollarse en el ámbito público como privado, en el primero cuando forma parte de las direcciones de los Ministerios de las carteras de estado tales como el Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura, Ministerio del Ambiente.

Pregunta 2. ¿Con que actividades aporta la UNIB.E a los estudiantes de Turismo?

R: La UNIB.E no solo forja estudiantes mediante la teoría sino más bien en la práctica trasladándolos al campo real de la actividad turística tales como técnicas de guiar, asesoramientos, trato directo con las diversas comunidades, desarrollar proyectos turísticos conversar con agentes turísticos que gestionan esta actividad en sus diferentes niveles.

En cuanto al Estado puede ser en Gobiernos Autónomos descentralizados, parroquiales, cantonales o provinciales.

Pregunta 3. ¿Cuáles son las giras que realizan los estudiantes de la UNIB.E durante su carrera?

R: Durante todo el proyecto de la carrera se han propuesto cinco giras obligatorias y una sexta opcional. Las giras obligatorias son de continente y cubren todo el territorio ecuatoriano, la primera, circuito norte que es desde Pichincha hasta el sur de Colombia (Pasto, Estado de Nariño). Zona centro desde el sur de Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar y Pastaza. La gira Sur-Austro, la gira de la Amazonía, y la última obligatoria que es la gira espondilos (costa ecuatoriana)

Por último, la gira opcional es la que recorre las Islas Galápagos.

Dentro de cada asignatura los estudiantes tienen como requisito salidas de campo a varios puntos del país.

Pregunta 4. ¿Cuál es el plus que tiene la UNIB.E en Turismo para acoger a nuevos estudiantes?

R: Que el estudiante aprende haciendo, debido a que el turismo es una actividad muy práctica de servicio y en eso la UNIB.E aporta bastante a sus estudiantes, apoyándose mucho en las salidas de campo, es por ello que la Escuela de Turismo les da la potestad a sus estudiantes de apoderarse de su carrera, involucrándose en planificación de viajes de operación, de circuitos, diseño de rutas, trabajando en equipo.

Pregunta 5. ¿Un estudiante que terminó sus estudios en la UNIB.E está capacitado para laborar en cualquier área que se lo solicite?

R: Considero que sí, porque en la Escuela de Turismo hacemos que los estudiantes no tengan temor al interactuar con la gente, al inicio ha sido difícil para todos, pero estamos en la UNIB.E donde a todos se los alienta para que sepan que ellos pueden desempeñar cualquier actividad.

4.3.6 Entrevista al Mg. Fredi Zamora

Pregunta 1. ¿Cuál es alcance profesional de la carrera?

R: Nuestra carrera forma profesionales en el área de la comunicación y de la producción audiovisual los cuales se preparan para trabajar en los medios, considerando también que el cine es uno de los medios con mayor impacto ante la sociedad y hacia allá donde buscamos que nuestros estudiantes formen parte

Pregunta 2. ¿Puede mencionar la diferencia entre Comunicación Social y Comunicación y Producción Audiovisual?

R: La diferencia es que la UNIB.E forma a sus estudiantes con más énfasis en el área técnica y tecnológica de la producción audiovisual con el manejo de equipos para las distintas áreas de un rodaje tales como sonido, multimedia, edición entre otras, pero no dejamos de lado a la comunicación porque es la base de la formación de nuestros estudiantes.

Pregunta 3. ¿Qué perfil debe tener un estudiante para seguir esta carrera?

R: Existen dos elementos básicos para seguir esta carrera, el primero es la creatividad conjuntamente con el manejo de instrumentos y programas que permiten llevar a cabo todo lo enseñado durante la carrera. Y en segundo lugar la investigación para poder descubrir el conocimiento con el fin de llegar a la verdad y así llegar al espectador para que él sea quien se adueñe lo que se está generando como productor

Pregunta 4. ¿Qué estudiantes de la carrera de producción audiovisual han sobresalido en los medios de cualquier tipo?

Varios de nuestros estudiantes se encuentran con buenos cargos en los distintos medios de comunicación, tanto públicos como privados desempeñando varias actividades que fueron enseñadas aquí en la UNIB.E. En radio, prensa, televisión tenemos representantes de la institución tanto al frente como detrás de una pantalla.

Pregunta 5. Definiciones de: Productor, Director, Presentador y Actor.

R: Productor. Es quien inicia con la idea, que es lo más difícil, convoca y consolida un equipo de trabajo, además se encarga de la parte económica del proyecto para poder realizar un producto de alto nivel.

Director. Es el encargado de toda la parte técnica y artística, asumiendo el proyecto conjuntamente con el productor. Encargándose de toda la parte creativa, logística cumpliendo con todo lo que está planificado hasta ser culminado y poder ser llevado al público.

Presentador. Profesional que tiene la capacidad de conducir un programa frente a las cámaras y puede ser también locutor de radio, puede manejar un programa tanto en vivo como pre grabado.

Actor. Persona que está frente a la cámara para realizar todo lo que se ha planificado, cumpliendo con todas las sugerencias que les da el Director

ajustándose al guion. El actor es el responsable de ver como todo el trabajo llega al público, porque va a llevar toda la carga del trabajo

4.3.7 Entrevista a la Lic. Rosibel Ramos

La entrevista a la Relacionista Pública de la UNIB.E fortaleció la información en cuanto a la publicidad que posee la universidad, todos los métodos y nuevas estrategias que se realizaran fueron tocados en esta entrevista que se realizó sin ningún contratiempo.

Pregunta 1. ¿Cómo encontró usted, a la UNIB.E en cuanto a publicidad?

R: Al momento del ingreso a la UNIB.E, se encontró un poco bajo el tema de publicidad, si se manejó redes sociales, pero se lo descuidó por no tener una persona encargada específicamente de la labor a realizar.

Pregunta 2. ¿La UNIB.E está correctamente direccionada en cuanto a su publicidad?

R: Actualmente se está trabajando en todos los recursos competentes para trabajar en todos los ámbitos de promoción y marketing de la universidad, porque se busca direccionar en pro de colegios fiscales y particulares. A través de varias actividades o proyectos de vinculación, donde vamos nos daremos a conocer desde un inicio a los estudiantes que están cursando el último nivel de bachillerato. Lo que se busca es que la publicidad de la UNIB.E se enfoque en mostrar los beneficios que se ofrecen como universidad.

Pregunta 3. ¿Cuál es la actualidad de la actividad publicitaria de la UNIB.E?

R: Lo que se tiene en estos momentos es un programa de actividades donde se implementa actividades en el área recreacional, cultural y académica, basándonos en la planificación de foros, charlas y demás actividades donde se involucra a nuestra comunidad estudiantil UNIB.E y a través de ello mostrar que somos una universidad versátil que estamos realizando un intercambio de conocimientos, actividades con los estudiantes, para a futuro captar la atención de estudiantes y que ellos se identifiquen con la UNIB.E.

Adicionalmente también se han realizado ferias universitarias donde vamos directamente a los colegios con nuestro nombre y mostramos servicios y carreras que ofrecemos.

Pregunta 4. ¿Cuáles son las formas de publicitarse por parte de la UNIB.E?

R: Estamos enfocados actualmente en social media (Redes Sociales), tenemos un gran impacto en la misma, redes sociales como Twitter y otras donde podamos captar la atención de la población estudiantil, básicamente comprendida entre 16 a 30 años que el target que manejamos.

También tenemos alianzas con emisoras de radio, prensa escrita y estamos trabajando para obtener publicidad en vayas y pantallas Led.

Pregunta 5. ¿Qué estrategias restaría a la publicidad que posee la UNIB.E y cuáles aumentaría?

R: Indicar al que se reste en estos momentos no se puede, porque se están creando las estrategias actualmente, para que queden establecidas a mediano y largo plazo siendo flexibles con la finalidad de que puedan modificarse si ese fuera el caso según con el mercado que nos encontremos en esos momentos.

Pregunta 6. ¿Cree usted que el Trabajo de Titulación que se realizó ayude a publicitar y posicionar a la UNIB.E de una mejor manera?

R: Sí. Todo lo que sea a nivel de promoción y publicidad es bueno.

Solamente sería que en el momento de mostrarlo al público se verifique y se analice los lugares y el material que se va a publicar o el objetivo principal del por qué se va a publicar, porque debe ser evaluado previamente por las autoridades competentes para que todo lo que se vaya a mostrar esté enfocado claramente en lo que la universidad quiere proyectar.

Pero claro que la universidad se encuentra abierta a cualquier apoyo en ese ámbito, porque se debe hacer un trabajo en conjunto entre el personal administrativo y los

estudiantes de la UNIB.E para que la universidad sea lo que todos queremos, conocida por todos y no solo por unos pocos.

Una vez analizado punto por punto los testimonios de los profesionales entrevistados, sacamos a conclusión de que la Universidad Iberoamericana del Ecuador se encuentra bastante bien en cuanto ámbito académico y la publicidad que se está re direccionando también se la está realizando con una especialista que conoce sobre las carencias que tiene la institución. Todos los Directores concuerdan que sus carreras están bien manejadas y que poseen docentes de alta calidad que fortalecen a los estudiantes y que invitan a nuevos estudiantes a formar parte de la UNIB.E

4.4 Escaleta reportaje actividades académicas de la UNIB.E

Tabla No. 3. Escaleta Reportaje UNIB.E

Escena	Locación	Imagen	Sonido	Voz en off	Efecto	Tiempo/seg.
Esc. 1	Set TV UNIB.E	Presentador hablando	Efectos especiales		Imágenes disolventes, acercamientos de cámara.	38 seg
Esc. 2	UNIB.E	Entrevista Lic. Ramírez	Efectos especiales		Disolvencias	45 seg
Esc. 3	Set TV UNIB.E	Presentador hablando	Efectos especiales		Disolvencia	9 seg.
Esc. 4	Ext UNIB.E	Entrevista estudiante Prod.			Disolvencia	90 seg.
Esc. 5	Ext. UNIB.E	Entrevista Ing. Alejandra			Disolvencia	65 seg.
Esc. 6	Ext. UNIB.E	Entrevista estudiantes hotelería			Disolvencia	62 seg.
Esc. 7	Set TV UNIB.E	Presentador hablando	Efectos especiales		Disolvencia	10 seg
Escena	Locación	Imagen	Sonido	Voz en off	Efecto	Tiempo/seg.

Esc. 8	Int. UNIB.E	Entrevista Software			Disolvencia	59 seg.
Esc. 9	Int. UNIB.E	Búsqueda	Canción de búsqueda		Velocidad	7 seg.
Esc. 10	Int. UNIB.E	Entrevista Prod.			Efectos especiales	109 seg
Esc. 11	Int. Cosmiatría	Entrevista Nutrición			Disolvencia	69 seg.
Esc. 12	Set TV UNIB.E	Presentador hablando	Efecto suspenso		Acercamiento de cámara	9 seg
Esc. 13	Ext. Calle	Entrevista Turismo			Disolvencia en negro	92 seg.
Esc. 14.	Ext. UNIB.E	Intro Gastronomía	Velocidad		Disolvencia blanco	55 seg.
Esc. 15	Int. Taller de cocina UNIB.E	Entrevista Chef	Velocidad		Disolvencia con otras imágenes	128 seg.
Esc. 16	Set TV UNIB.E	Cierre del Presentador	Música de sabiduría		Imágenes	12 seg.

Fuente: Velasco, A. 2018.

Elaborado por: Velasco.

CAPÍTULO V:

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

A pesar de que en los últimos tiempos se trabaja en el área de la publicidad, la universidad no cuenta con una adecuada estrategia publicitaria que permita a nuevos estudiantes o personas en general conocer la UNIB.E. Usando nuevas herramientas de publicidad tales como canales de *YouTube*, Redes Sociales, vallas publicitarias en medios de transporte, pantallas *Led*, esto permitirá que todas las personas que transiten por la ciudad conozcan de la existencia de la UNIB.E y los que deseen ingresar a estudiar lo hagan en la institución

Luego de aplicar las encuestas se pudo concluir que gran parte de los estudiantes de colegios fiscales de Quito a quienes fue dirigido el reportaje desconocían la Universidad Iberoamericana del Ecuador y eso fortaleció el trabajo realizado.

Se conoció los intereses de los futuros bachilleres después de una investigación previa la cual motivó a culminar con el trabajo debido a que las carreras que oferta la UNIB.E son del agrado de los estudiantes, además mostramos las facilidades económicas y de pago de la universidad como una de sus principales características.

Las entrevistas a los expertos tanto en el trabajo audiovisual como escrito resultaron de gran ayuda para la elaboración del reportaje, debido a que ellos mencionaron todas y cada una de las fortalezas que tiene la UNIB.E en cuanto a las áreas que manejan, dejando en claro que la UNIB.E es una buena opción para nuevos estudiantes.

Se espera que el trabajo realizado no solamente sea útil para atraer estudiantes mediante la reproducción que se hizo en los colegios, sino que también le sirva a

la universidad como una forma de publicitarse en los diferentes medios que utilizan para darse a conocer.

El reportaje fortifica a la investigación debido a que, en el Trabajo de Titulación desglosamos cada una de las carreras de una forma clara y mencionamos cada una de las características que tiene, por su parte el trabajo audiovisual muestra en imágenes toda la información que se pudo obtener en la investigación, tomando en cuenta las dos temáticas que se propusieron desde un inicio tanto la de informar como la de entretener.

El reportaje se sale de lo tradicional porque la información se ofrece de una manera amena, utiliza recursos tales como el humor, el entretenimiento se interactuó con los docentes, algo poco usual para este tipo de trabajos. Una imagen dice más que varias frases juntos y eso fue lo que se mostró en el reportaje.

El reportaje cumplió con lo establecido, respetando el guion tanto técnico como literario y proyectarlo en los colegios asignados, donde se obtuvo una gran recepción por parte de los jóvenes y del personal docente que lo observó.

Los estudiantes una vez culminado el video se mostraron interesados por el mismo, realizando varias preguntas sobre la universidad tales como ubicación, carreras, costos, inquietudes que fueron resueltas en ese momento por parte del realizador.

5.2 Recomendaciones

Al finalizar el reportaje se proponen las siguientes recomendaciones:

La Universidad debe fortalecer su estrategia universitaria. El reportaje realizado puede ser mostrado tanto interna como externamente en las diferentes ferias o casas de abiertas de universidades para lograr la inclusión de nuevos estudiantes y que la UNIB.E sea más conocida en el ámbito local.

Analizando los resultados obtenidos en la investigación se puede recomendar que los docentes motiven a los estudiantes a realizar más trabajos de investigación sobre su oferta académica y eso ayudaría a la universidad a hacerse más conocida,

debido a la falta de información sobre lo que son las carreras que tiene la UNIB.E se convierte en algo necesario para la institución.

Con todo esto la universidad puede llegar a niveles más altos debido a que académicamente está bien direccionada, pero le falta hacerse más conocida.

GLOSARIO

Acreditación: Proceso voluntario mediante el cual una organización es capaz de medir la calidad de servicios o productos y el rendimiento de los mismos frente a estándares reconocidos a nivel nacional o internacional. El proceso de acreditación implica la autoevaluación de la organización, así como una evaluación en detalle por un equipo de expertos externos (Definición a, 2014).

Comunicación externa: Es la comunicación dirigida de forma masiva a los públicos que no se encuentran en la organización; consiste en relacionarse al mismo tiempo con un gran número de receptores mediante la utilización de los medios masivos, limitando de alguna manera la posibilidad de interacción directa entre el emisor y receptor. En este sentido el autor generaliza el esfuerzo comercial y publicitario con este tipo de comunicación, impulsando una imagen corporativa adecuada al exterior de la empresa, mediante el fortalecimiento de sus valores organizacionales

Cuantificable: Es el cálculo del número de unidad, tamaño o proporción de una cosa, especialmente, por medio numérico. La cuantificación es un proceso por el cual se expresa la observación en término numérico para ayudar en el análisis y la comparación. En filosofía, la expresión de la cantidad (extensión y comprensión) en el enunciado o juicio, o especialmente en el predicado (BioDic, s.f.)

Cuñas radiales: Formato radiofónico que lanzan un mensaje claro, sin presentación del mismo y que va integrado en otros formatos. La cuña de radio como publicidad, no suele durar más de 60 segundos y se repite frecuentemente en diferentes momentos de la programación (Muela, 2007).

Difusión: Implica propagar algo, una información, dato o noticia, con la misión de hacerlo público y de ese modo ponerlo en conocimiento de una importante cantidad de individuos que lo desconocen hasta ese momento (Ucha, 2011).

Emblemático: Alusivo, perteneciente, concerniente o relativo al emblema como distintivo, insignia o figura representativa, así mismo lo que incluye (Definición a.com, s.f.).

Eslogan: Puede traducirse como lema, que es el título que precede a ciertas obras, la frase que se pone en los emblemas para hacerlos más comprensibles o la proposición de un discurso (Porto y Gardey, 2013).

Inserción Laboral: Es un proceso integral en el que intervienen distintos factores para su realización, desde las características que presentan las personas y las oportunidades que ofrece el mercado laboral originándose un encuentro efectivo entre la empleabilidad y la ocupabilidad (Eumed, s.f.).

Pautar: Actividad encargada de hablar con el cliente sea este directo o una Agencia Publicitaria que será el intermediario entre el cliente y la empresa de la que estamos hablando, para llegar a un acuerdo de cuántas veces por día desea rotar su cuña publicitaria (Toksyst, s.f.)

Plan de medios: Parte de la publicidad desarrollada en base a los objetivos de Marketing que tiene como fin la exposición cuantificable y medible del alcance, frecuencia y presupuesto de una campaña publicitaria, delimitado a cierto periodo de tiempo (IIEMD, s.f.).

Publicidad: La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros (Thompson, 2008).

Reportaje: El reportaje es un género periodístico en el que se desarrolla extensamente un tema de interés general. Existen reportajes sobre personas, acontecimientos, lugares... Lo importante es que trate sobre una temática real que preocupe a los ciudadanos. Podemos encontrar reportajes científicos, explicativos, de investigación, de interés humano, narrativo, interpretativo o autobiográfico (El País, s.f.)

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes impresas

Bassat, L. (1993). *El libro rojo de la publicidad*. Editorial Random House Mondadori, S.A, 220pp.

Elías, C. (2003). *La ciencia a través del periodismo*. Nivola Ediciones, Madrid.

Gargurevich, J. (2004). *Géneros Periodísticos*. Editorial Belén, 111pp.

González, J. *Teoría general de la Publicidad*. Editorial Fondo de Cultura Económica, 1996.

Gutiérrez, M. *Manual del Periodismo Televisivo*. Editorial Trillas, 53pp.

Herrscher, R. (2009). *Periodismo Narrativo, Manual para contar la realidad con las armas de la literatura*. RIL Editores, 338pp.

Islas, O. (2018). *Razón y palabra*. Vol. 22 Núm. 1_100. México.

Marín, C. (2003). *Manual del Periodismo*. Editorial Grijalbo, 79pp.

Maza, M. (1994). *Guion para Medios Audiovisuales*. Editorial Longman de México S.A, 293pp.

Muela, C. (2007). La estrategia creativa en la cuña radiofónica con fines sociales. *Revista Creatividad y Sociedad*. Madrid, Nro. 11, 163-201.

Pacheco, L. (2008). *LA UNIVERSIDAD*. Desafíos en la Gestión Académica. Ediciones Abya-Yala, 81pp.

Torres, J. (2005). *Manual de Géneros Periodísticos*. Ediciones Universidad de la Sabana – ECOE. Bogotá – Colombia, 167pp.

Vilamor, J. (2000). *Redacción periodística para la generación digital*. Editorial Universitas, Madrid, 2000.

Yanes, R. (2006). El reportaje, texto informativo aglutinador de distintos géneros periodísticos. 156pp.

Fuentes digitales

ÁgoraTV. (1998). En: <http://www.revolutionvideo.org/agoratv/formacion/guion.html>. Fecha de consulta: 5 de febrero del 2018.

BioDic (s.f.) Centro de Investigación y Desarrollo de Recursos Científicos BioScripts|BioDic. En: https://www.biodic.net/palabra/cuantificacion/#.W4__gSRKjm4. Fecha de consulta: 14 de noviembre 2016.

Bisquerra. (1992). En: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1250/factores-proceso-insercion-laboral.html>. Fecha de consulta: 2 de noviembre 2016.

Carrillo, A. (s.f.). Las empresas necesitan estrategias de marketing online a largo plazo. Marketing & Consumo. En <http://marketingyconsumo.com/>. Fecha de consulta: 14 de junio 2017.

Cepeda, F (2014). El Telégrafo Un ligero vistazo a la rica y compleja historia del Patrón Mejía. En <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/un-ligero-vistazo-a-la-rica-y-compleja-historia-del-patron-mejia>. Fecha de consulta: 12 de junio 2017.

Colegio Juan Montalvo. (2015). En: <https://www.juanmontalvo.ec/>. Fecha de consulta: 11 de marzo de 2018.

Colegio Nacional Montufar. (2015). En: <http://www.colegiomontufar.edu.ec/>. Fecha de consulta 11 de marzo de 2018.

Definición a.com. (2014). Definición y etimología de acreditado. Bogotá: E-Cultura Group. Recuperado de <https://definiciona.com/acreditado/>. Fecha de consulta: 18 de noviembre 2016.

Definición y etimología de emblemático. Bogotá: E-Cultura Group. Definición a.com (2016). Recuperado de <https://definiciona.com/emblematico/>. Fecha de consulta: 14 de noviembre 2016

EcuadorUniversitario.com. (2011). En: <http://ecuadoruniversitario.com/de-instituciones-del-estado/ceaaces/funciones-del-ceaaces/>. Fecha de consulta: 12 de marzo 2018.

El País (s.f.). Reportajes. Patrocinado por ENDESA. En <https://estudiantes.elpais.com/> Fecha de consulta: 12 de Junio 2017.

Eumed (s.f.). Inserción laboral. Servicios Académicos Intercontinentales. En <http://www.eumed.net/isercion/laboral>. Fecha de consulta: 13 de junio 2017.

Deborah. (2015). Significado de Sinopsis. Significados(<http://significado.net/sinopsis/>). Fecha de consulta: 12 de junio 2017.

Iberoestudios. (2012). En: <http://noticias.iberestudios.com/?que-diferencias-hay-entre-las-universidades-privadas-y-las-universidades-publicas/>

IIEMD (2005). Instituto internacional español de marketing digital. Planificación de Medios. En: <https://iiemd.com/planificacion/planificacion-de-medios/que-es-planificacion-de-medios>. Fecha de consulta: 30 de noviembre 2016.

Método marketing. (2018). Logroño, San Sebastián de los Reyes, Alcobendas España. En: <https://metodomarketing.com/slogan/>. Fecha de consulta: 20 de noviembre 2016.

Porto, J y Gardey, A (2013). Definicion.de: Definición de slogan En <https://definicion.de/slogan/>. Fecha de consulta: 12 de junio 2017.

Promonegocios.net: Portal de Mercadotecnia con Artículos. (2018). En: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>. Fecha de consulta 26 de febrero de 2018.

Razón y palabra, (2014). Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. En: www.razonypalabra.org.mx. Fecha de consulta: 17 de noviembre 2016.

Rezabala, N. (2013). Historia de la universidad del ecuador introducción a la educación superior. En: <https://es.slideshare.net/RIVER10/historia-de-la-universidad-del-ecuador-introduccion-a-la-educacion-superior>. Fecha de consulta: 5 enero 2018.

Significados.com (2018). En: <https://www.significados.com/difusion/> 11:44 am. Fecha de consulta: 20 de mayo 2018.

SNNA. (2016). Control de acceso a universidades. En: <http://www.snna.gob.ec/>

Tendencias Media SL. (2018) En: <https://tendencias.com/ciencia/que-es-el-metodo-cualitativo/>. Fecha de consulta: 6 de febrero de 2018.

Thompson, Iván (2008). ¿Qué es Publicidad?. En <https://www.promonegocios.net/>. Fecha de consulta: 12 de junio 2017.

Toksys (s.f.). Transmisión publicitaria. Sistema de transmisión publicitaria tok. En <http://blog.espol.edu.ec/sdtp/tag/pautaje/>. Fecha de consulta: 12 de junio 2017.

Uncategorized. (2009). En: <http://blog.espol.edu.ec/sdtp/tag/pautaje/>. Fecha de consulta: 5 de noviembre 2016

Unibe. (2017). Quienes somos. Historia En: <https://www.unibe.edu.ec/quienes-somos/>. Fecha de consulta: 11 de marzo del 2018.

Voces de cine, (2018). En: <http://www.vocesdecine.com/es/doblaje-cunas-spots-radio-publicitaria-01-la-cuna-publicitaria-html>. Fecha de consulta: 11 de noviembre 2018

Comunicaciones personales

López Germán, Msc, Docente de la UNIB.E, Post producción de obra artísticas. Clase dictada el 11 de abril del 2018.

Referencia de una entrevista:

Caicedo, Carla. Directora de la Escuela de Nutrición y Dietética de la UNIB.E.
Entrevista por: Ariel Velasco. Medio de Respaldo DVD. Quito, 23 de junio de 2018

Castillo, Yemala. Directora de la Escuela de Software de la UNIB.E. Entrevista por:
Ariel Velasco. Medio de Respaldo DVD. Quito, 29 de mayo de 2018.

Constante, Diana. Directora de la Escuela de Turismo de la UNIB.E. Entrevista por:
Ariel Velasco. Medio de Respaldo DVD. Quito, 30 de mayo de 2018

Oña, Paúl. Director de la Escuela de Hotelería de la UNIB.E. Entrevista por: Ariel
Velasco. Medio de respaldo DVD. Quito, 21 de junio de 2018.

Ramos, Rosibel. Relacionista Pública de la UNIB.E. Entrevista por: Ariel Velasco.
Medio de respaldo DVD. Quito, 19 de junio de 2018.

Romero, Juan. Director de la Escuela de Gastronomía de la UNIBE. Entrevista por:
Ariel Velasco. Medio de respaldo DVD. Quito, 25 de junio de 2018.

Zamora, Fredi. Director de la Escuela de Producción Audiovisual de la UNIB.E.
Entrevista por: Ariel Velasco. Medio de Respaldo DVD. Quito, 2 de julio de 2018.

Tesis o Trabajo de Titulación:

Pallasco, C. (2009). El libreto en los radiodramas de contenido social con enfoque del edu-entretenimiento dirigido a la radio comunitaria. Trabajo de Titulación. Quito: Universidad Iberoamericana del Ecuador, Escuela de Comunicación y Producción en Artes Audiovisuales. 145pp.

ANEXOS

Anexo No. 1. Encuesta a estudiantes de colegios

Texto de la encuesta a ser aplicados en estudiantes de último año de los colegios en los cuales nos enfocaremos.

1.- ¿Qué piensas estudiar en la universidad?

—

2.- ¿Has escuchado o conoces algo sobre las carreras de Ingeniería en Software, Cosmiatría o Producción Audiovisual? Si las conoces explicar que es lo que sabes.

Sí ___ No___

3.- ¿Desearías ingresar a una universidad pública o privada?

4.- ¿Si no ingresas a una Universidad pública, cual sería tu destino académico?

5.- ¿Has oído hablar de la Universidad Iberoamericana del Ecuador? Al poner sí, explicar que conoces de la misma.

Sí___ No___

Anexo No. 2. Encuesta a estudiantes de primer nivel de la UNIB.E.

1. ¿Cómo te enteraste de la Universidad Iberoamericana del Ecuador?

2. ¿Por qué te decidiste por la UNIB.E, teniendo tal vez otras opciones?

3. ¿Qué es lo que más te llamó la atención de la UNIB.E al momento de ingresar?

4. ¿Qué tal te parece la UNIB.E hasta el momento?

5. ¿Qué crees que le hace falta a la UNIB.E, académicamente o en otros ámbitos?

6. Recomendarías la UNIB.E a estudiantes de colegios que están por ingresar a la universidad. Si o No. ¿Por qué?

Anexo No. 3. Entrevista a expertos

Entrevista a expertos

Director Escuela de Producción, Mg. Fredi Zamora

¿Cuál es alcance profesional de la carrera?

¿Puede mencionar una diferencia entre Comunicación Social y Comunicación y Producción Audiovisual?

¿Qué perfil debe tener un estudiante para seguir esta carrera?

¿Qué estudiantes de la carrera de producción audiovisual han sobresalido en los medios de cualquier tipo?

Definiciones de Productor, Director, Presentador y Actor.

Directora Escuela de Ingeniería en Software, Dra. Yemala Castillo

¿Qué es la Ingeniería en Software?

¿La UNIB.E si dispone de los implementos necesarios para que salga a flote la carrera y sus estudiantes?

¿Cuál es el campo laboral que se abre a un Ingeniero en Software?

Diferencia entre la Ingeniería en Software y la Ingeniería en Sistemas

Director de la Escuela de Hotelería, Mg. Paúl Oña

¿En qué aspectos aporta la hotelería en Ecuador?

¿Los estudiantes de hotelería de la UNIB.E salen completamente preparados para trabajar?

¿Cuáles son las formas de fortalecer la carrera por parte de la UNIB.E?

Conociendo el perfil profesional de un graduado en Hotelería de la UNIBE. ¿Cuál puede ser su mayor aspiración laboral?

¿Por qué escoger a la Hotelería como una carrera para vivir?

Directora de la Escuela de Turismo, Mg. Diana Constante

¿Qué actividades realiza un Ing. en Turismo?

¿Con que actividades aporta la UNIB.E a los estudiantes de Turismo?

¿Cuáles son las giras que realizan los estudiantes de la UNIB.E durante su carrera?

¿Cuál es el plus que tiene la UNIB.E en Turismo para acoger a nuevos estudiantes?

¿Cómo Directora de la Escuela de Turismo de la UNIB.E que sugerencias ha aportado o tiene pensado para el crecimiento de la carrera?

Director de la Escuela de Gastronomía, Mg. Juan Francisco Romero

¿La gastronomía es rentable en nuestro país?

¿La UNIB.E exporta buenos exponentes a la sociedad?

¿Cómo se puede hacer crecer la Escuela de Gastronomía de la UNIBE?

¿La UNIB.E cuenta con una cantidad considerable de estudiantes?

Directora de la Escuela de Nutrición, Mg. Carla Caicedo

¿Cuál es el campo laboral de un Nutricionista?

¿Si está funcionando la carrera de Nutrición en la UNIB.E?

¿Por qué la carrera de Nutrición posee más mujeres que hombres?

¿En qué lugares los estudiantes de la UNIB.E pueden realizar sus prácticas pre profesionales?

¿La UNIB.E cuenta actualmente con las herramientas que necesita la carrera?

Relacionista Pública de la UNIB.E, Lic. Rosibel Ramos

¿Cómo encontró usted, a la UNIB.E en cuanto a publicidad?

¿La UNIBE está correctamente direccionada en cuanto a su publicidad?

¿Cuál es la actualidad de la actividad publicitaria de la UNIB.E?

¿Cuáles son las formas de publicitarse por parte de la UNIB.E?

¿Qué estrategias restaría a la publicidad que posee la UNIB.E y cuáles aumentaría?

¿Cuál es el nivel de la UNIB.E a comparación de otras universidades en cuanto a publicidad?