



Plan de Comunicación para Directivos y Docentes de EDCOM sobre la Publicación de Artículos en Revistas Indexadas

Nicole Arianna López Montaña ⁽¹⁾, Jorge William Tigrero Vaca ⁽²⁾
Ing. Edgar Salas Luzuriaga. Profesor de la materia de Graduación ⁽³⁾
Escuela de Diseño y Comunicación Visual ^{(1) (2) (3)}
Escuela Superior Politécnica del Litoral ^{(1) (2) (3)}
Metrópolis II Sector 2 H Mz. 1280 Villa 4, Guayaquil, Ecuador ⁽¹⁾
Alborada 11ava etapa Mz. 17 Villa 9, Guayaquil, Ecuador ⁽²⁾
Campus Las Peñas, Malecón 100 y Loja ⁽³⁾
nlopez@espol.edu.ec ⁽¹⁾, jtigrero@espol.edu.ec ⁽²⁾, lsalas@espol.edu.ec ⁽³⁾

Resumen

Entre los parámetros mundiales más importantes de evaluación y calidad educativa, se encuentra el número de publicaciones y artículos investigativos realizados por los docentes de una institución universitaria. Las investigaciones publicadas determinan la proyección internacional y el reconocimiento en el panorama científico mundial. Las publicaciones investigativas más reconocidas se encuentran en las denominadas revistas indexadas. Una revista indexada es una publicación periódica que denota alta calidad y forma parte de importantes sistemas de indexación.

Debido a la importancia de las revistas indexadas para el desarrollo universitario; se determinó, como eje central, impulsar el tema de publicaciones en revistas indexadas, mediante el desarrollo de un Plan de Comunicación, denominado "INDEXA EDCOM". Dicho Plan, tiene como objetivos primordiales determinar y difundir información detallada, estrategias y acciones comunicativas, indispensables para abordar el tema de publicación de artículos en revistas indexadas por parte de los docentes de EDCOM. El Plan de Comunicación consta de tres etapas: Difusión, Posicionamiento y Proyección; dirigidas para directivos y docentes. Implementando estrategias comunicativas que combinan elementos audiovisuales y tecnológicos.

Palabras Clave: *Plan de Comunicación, Revistas Indexadas, Estrategias Comunicativas, Sistemas de Indexación.*

Abstract

The number of research publications and articles made by the faculty members of a university are found among the most important global parameters for evaluation and educational quality. Published research determines the international projection and recognition in the global scientific community. The most recognized research publications are found in indexed journals. An indexed journal is a valuable publication that denotes high quality and forms part of important indexing systems.

Because of the importance of indexed journals for academic development; it was decided to push the issue of publications in indexed journals by developing a communication plan called "INDEXA EDCOM". The primary objective of this plan is to determine and diffuse detailed information about communication strategies and actions that are essential for addressing the issue of publication of articles in indexed journals by EDCOM's faculty members. The communication plan consists of three stages: diffusion, positioning and projection. These are designed for directive and faculty members and will implement communication strategies that combine audiovisual and technological elements.

Keywords: *Communication Plan, Indexed Journals, Communication Strategies, Indexing Systems.*



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



1. Introducción

Para que la Escuela de Diseño y Comunicación Visual (EDCOM), a través de todas sus carreras, forme parte de la actualidad investigativa y científica nacional e internacional, requiere que su personal docente desempeñe a cabalidad el papel de investigadores, impulsando avances en los distintos campos de la ciencia y la tecnología, generando aportes al crecimiento institucional. Por estos motivos, es fundamental que los docentes de EDCOM realicen artículos investigativos y que sus trabajos sean publicados en revistas indexadas de trascendencia mundial. Para lograr que toda la Unidad Académica figure en el panorama científico investigativo internacional se necesita el desarrollo de un Plan de Comunicación que integre todas las áreas de EDCOM y facilite el conjunto de estrategias, acciones y herramientas comunicativas necesarias para hacer que el tema de Revistas Indexadas sea conocido por directivos y docentes y se convierta en una prioridad de excelencia académica.

1.1 Planteamiento del Problema

ESPOL durante el periodo 2011 fue desplazada en dos rankings mundiales de prestigio universitario, en Webometrics ocupó el segundo lugar, después de la Universidad Técnica Particular de Loja; en el ranking latinoamericano realizado por QS World Universities ocupó el puesto 101, debajo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) que ocupó el puesto 76. Uno de los principales parámetros de estos estudios es el aporte investigativo de los docentes en cada facultad universitaria. En el caso de EDCOM, se han publicado dos artículos en la revista indexada de ESPOL denominada Investigación & Desarrollo; sin embargo, dichos textos fueron ubicados entre investigaciones relacionadas con Energía Nuclear y Desarrollo Energético.

En los aspectos relacionados a revistas indexadas, las principales universidades del Ecuador, están tomando en consideración los sistemas implementados por las mejores universidades del mundo como Cambridge y Harvard, las cuales desarrollan revistas indexadas para cada facultad para no mezclar temas sin relación y darle la importancia necesaria a cada proyecto o investigación expuesta. Situación que no ocurre en ESPOL en donde las dos revistas indexadas politécnicas: La Revista Tecnológica ESPOL (RTE) y la Revista Investigación y Desarrollo (I&D) dan prioridad a temas de ingeniería.

Además, solamente están indexadas en el sistema de indexación LATINDEX y no constan en las

principales bases de datos internacionales como son ELSEVIER Y THOMSON REUTERS.

1.2. Justificación

EDCOM al carecer de una política interna que incentive a los docentes a realizar artículos en revistas indexadas que no sean sólo de ESPOL y la prioridad de dichas revistas para publicar artículos relacionados sólo a Ingeniería provoca que la producción editorial de la unidad académica sea limitada provocando que no exista repercusión internacional del trabajo realizado por los docentes de EDCOM.

ESPOL debe tener muy presente que la Ley de Educación Superior, en el artículo 36, establece que las instituciones públicas y particulares deben asignar obligatoriamente, por lo menos, el 6% de su presupuesto para lograr proyección internacional (becas, convenios) y publicaciones indexadas.

Las universidades deben realizar un reporte detallado al SENESCYT sobre sus logros alcanzados. Institución que no cumpla con lo dispuesto será sancionada con una multa equivalente al doble del valor no invertido.

Por ello, se plantea el desarrollo de un Plan de Comunicación para directivos y docentes de EDCOM sobre la publicación de artículos en revistas indexadas. Mediante análisis y evaluaciones continuas se obtendrán resultados que ayudarán a encontrar los medios propicios para la ejecución del Plan de Comunicación. Para que tanto docentes y directivos de la Unidad Académica entiendan claramente cuán importante y necesario es para toda la institución que el nombre de EDCOM figure en los directorios de indexación.

Durante el desarrollo del plan se explicarán cuáles son las bases y normativas que EDCOM y sus docentes deberán seguir, las cuales están enmarcadas en los códigos de ética de la institución.

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo General. Elaborar un Plan de Comunicación para Directivos y Docentes de EDCOM.

1.3.2 Objetivos de la Investigación. Determinar la estructura más conveniente para la implementación del Plan de Comunicación.

Realizar un estudio de mercado que permita conocer la realidad de nuestro cliente potencial.

Realizar un plan de desarrollo.

Determinar el presupuesto para la ejecución del proyecto.

Analizar la factibilidad financiera estratégica y operativa del proyecto.

2. Investigación de Mercado

2.1. Perspectiva de la investigación

Mediante una exhaustiva investigación de mercado se determinarán cuáles son los sistemas de indexación y revistas indexadas más importantes, para clasificarlos de acuerdo a las áreas de especialización existentes en EDCOM.

Luego del respectivo análisis, se elegirán las revistas y sistemas de indexación más apropiados para las áreas de EDCOM; su procedencia, bases y licencias necesarias para cada publicación. También, los costos de suscripción a sistemas de indexación para que EDCOM los integre a sus actividades. En el Plan de Comunicación, constarán los rubros por motivos de gastos de publicación e indexación, necesarios para su implementación.

Todo lo investigado permitirá que los docentes de EDCOM sean conscientes de la importancia y trascendencia de la indexación de sus artículos.

2.2. Objetivos de la Investigación

2.2.1. Objetivos Generales. Determinar la existencia de un nicho de mercado para el desarrollo del Plan de Comunicación.

Identificación de las oportunidades de mercado para la oferta del servicio.

Definición del segmento de mercado para el servicio que brindaremos.

2.2.2. Objetivos Específicos. Determinación de la situación actual de la Unidad Académica en lo referente a realización de artículos en revistas indexadas.

Conocer la frecuencia de realización de artículos y las acciones de la Unidad Académica en cuanto a revistas indexadas y hábitos de consumo del mercado meta.

Estar al tanto de cómo el cliente nos percibe con respecto a nuestro servicio y las posibilidades de sustitución.

Lugares o sitios donde los docentes podrán acceder a nuestro servicio.

2.3. Plan de Muestreo

La población que se ha considerado para la realización de la presente investigación de mercado es la Unidad Académica EDCOM, concretamente sus directivos y docentes. Según información proporcionada por el Departamento de Planificación y el Centro de Información Estadística de ESPOL, el número de docentes de EDCOM es 73.

Para el estudio, se ha decidido desagregar el universo en subconjuntos menores, homogéneos internamente; pero heterogéneos entre sí. Tal que constituyan, cada uno, un universo en particular, de tamaño más reducido; sobre el cual se seleccionen muestras. Es decir, se utilizará un muestreo aleatorio simple. Debido a que el Plan de Comunicación se enfoca en la realización de artículos para revistas indexadas por parte de los profesores de la Unidad Académica; se realizaron encuestas a 35 docentes de EDCOM y Entrevistas a Profundidad a 4 Directivos de EDCOM.

2.4. Entrevistas a Profundidad

En el estudio se realizaron entrevistas a profundidad, debido a que son las más apropiadas para detectar conocimientos, motivaciones, creencias y actitudes sobre el tema de investigación. La selección realizada se debe a la importancia de los Directivos en sus respectivas áreas, para enfocar el tema de investigación en todos los ámbitos de EDCOM y lograr una perspectiva más completa de análisis. Los entrevistados son: Mae. Ruth Matovelle, Directora de EDCOM, Msig. Luis Rodríguez, Subdirector de EDCOM, Mae. Fausto Jácome, Coordinador de Calidad de EDCOM, Ing. Edgar Salas Luzuriaga, Coordinador de Posgrados de EDCOM.

2.5. Interpretación de Resultados

El 80% de los docentes encuestados no conoce acerca de las revistas indexadas que tiene la ESPOL. Esta situación refleja la gran falencia informativa sobre revistas indexadas en EDCOM; además, demuestra que de continuar con esta situación, la proyección internacional de la Unidad Académica seguirá siendo escasa.

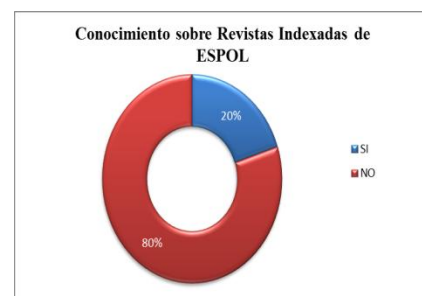


Gráfico 1. Conocimiento sobre Revistas Indexadas de ESPOL.

El 97% de los docentes considera que hace falta establecer en EDCOM vínculos, parámetros y guías para publicar artículos en revistas indexadas, este resultado es de suma importancia, ya que refleja la

necesidad urgente de solucionar dichas carencias, a través del Plan de Comunicación, que brinda no sólo respuestas a sus interrogantes, sino también, lineamientos de acción que incentiven la producción editorial e investigativa de EDCOM.

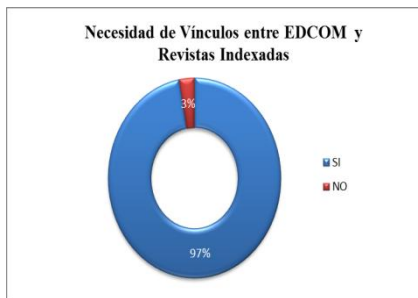


Gráfico 2. Necesidad de Vínculos entre EDCOM y Revistas Indexadas.

El 100% de los docentes encuestados consideran indispensable la implementación de un Plan de Comunicación en EDCOM que permita a los docentes saber cómo publicar sus artículos en revistas indexadas. Este resultado demuestra que el Plan de Comunicación cuenta con total aceptación para su puesta en marcha.

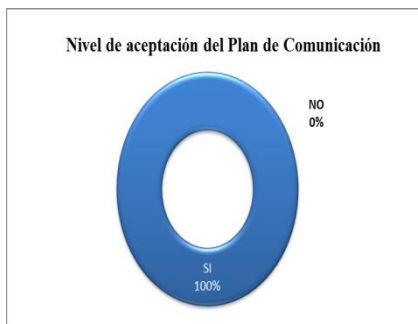


Gráfico 3. Nivel de Aceptación del Plan de Comunicación.

3. Plan de Desarrollo

El Plan de Comunicación consta de tres etapas: Difusión, Posicionamiento y Proyección; dirigidas para directivos y docentes de EDCOM.

Implementando estrategias comunicativas que combinen elementos audiovisuales y tecnológicos.

En las tres etapas se desarrollarán afiches, boletines, folletos, volantes, videos y manuales digitales; difundidos directamente en toda la unidad académica, en la web de ESPOL y EDCOM, en sus respectivas redes sociales y sistema de correo electrónico.

En la primera etapa, las acciones distintivas serán la realización del Manual de Vínculos y la Guía para

Docentes. En la segunda etapa las acciones principales serán los folletos de revistas indexadas para EDCOM y el desarrollo de la página web INDEXA EDCOM. En la tercera etapa la acción principal será el I Concurso de Artículos de Investigación para Revistas Indexadas.

Todas las acciones serán realizadas bajo una línea gráfica definida que identifique el nombre del Plan de Comunicación INDEXA EDCOM.



Imagen 1. Logotipo del Plan de Comunicación INDEXA EDCOM.

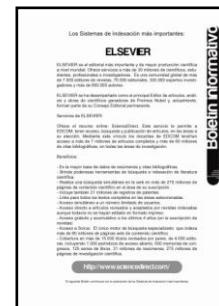


Imagen 2. Ejemplo de Boletín Informativo.

3.1. Afiches, volantes y trípticos

Los afiches informativos, trípticos y volantes tienen como objetivo difundir a los directivos y docentes toda la información relacionada al Plan de Comunicación. Aspectos fundamentales sobre revistas indexadas que deben ser de pleno conocimiento para toda la unidad académica.

Los trípticos, por su parte, contendrán información adicional a los boletines informativos. Por ejemplo, para explicar el uso de algún recurso (como el uso de la página web, correspondiente a la segunda etapa del Plan). Los trípticos serán colocados dentro de la carpeta de asistencia de cada docente.

Se plantea realizar por lo menos 2 afiches cada mes, distribuidos también como volantes. La cantidad de trípticos dependerá de la evolución de la información y de los requerimientos o sugerencias expresadas por los usuarios vía correo electrónico.

La calidad de impresión de boletines, volantes y trípticos será Papel Bond tamaño A4.

La calidad de impresión de los afiches será Papel Couché de 250 gramos, tamaño Super A3 (30,5 x 45,6 cm.).

La calidad de impresión del Manual de Vínculos y de la Guía para Docentes será Papel Couché de 150 gramos, tamaño A3 (29,7 x 42 cm.).



Imagen 2. Ejemplo de afiche informativo.

REVISTAS POR ÁREA	PRECIO 2012
Business, Management and Accounting	\$13,678.35
Computer Science	\$39,436.95
Engineering	\$77,908.50
Mathematics	\$38,528.85
Social Sciences	\$31,340.55

Tabla 1. Detalle de precios para vinculación EDCOM-ELSEVIER según revistas por área.

3.1. Manual de Vínculos

El Plan de Comunicación proporciona a los directivos de EDCOM, un Manual de Vínculos que contiene un análisis completo para promover el vínculo entre EDCOM y los mejores sistemas de indexación del mundo: ELSEVIER (Science Direct), Thomson Reuters (Web of Science), IPL2 (www.ipl2.org), Open Access de Cambridge, MIT Press Journals y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).

Los vínculos propuestos contienen el detalle de los precios de suscripción, contenidos y referencias para contacto.

La interacción con los sistemas de indexación brindará a EDCOM una mayor proyección internacional. En este contexto se recomienda principalmente que se concrete el nexo EDCOM-ELSEVIER y que se proyecte dicha vinculación a toda ESPOL.

Los representantes de ELSEVIER conocen la importancia de ESPOL en el panorama investigativo y además de difundir sus recursos en la institución, plantean un programa de capacitación continua dirigida a docentes e investigadores de ESPOL.

La formación que ofrece ELSEVIER buscará que los docentes sepan cómo usar la base de datos ScienceDirect y a su vez conozcan los formatos óptimos de publicación de sus artículos y puedan escoger las mejores opciones de revistas indexadas a las cuales podrán enviar sus artículos a través de los recursos online de ELSEVIER.

El vínculo EDCOM- ELSEVIER, en cuanto a revistas indexadas y bases de datos, se concreta por contratación anual y según el área de publicaciones definidas por la unidad académica.

La contratación del servicio ScienceDirect de ELSEVIER permite el uso de la base de datos investigativa ScienceDirect y acceso al catálogo de revistas de investigación del área seleccionada.

El siguiente es el detalle de precios del vínculo con ELSEVIER:

3.2. Guía para Docentes

El desarrollo de una Guía para Docentes permitirá contestar las dudas expresadas por los profesores, en cuanto a revistas indexadas.

El propósito fundamental de la Guía es orientar a los profesores sobre los elementos indispensables para la realización de sus artículos investigativos.

Es decir, formatos de publicación, estructura, referencias bibliográficas y licencias. Se propone que todos los docentes de EDCOM tengan una Guía para Docentes. Además, estará disponible en formato PDF y como publicación digital online.

3.4. Catálogo de Revistas Indexadas

El Catálogo de revistas contiene el detalle de cada una de las publicaciones indexadas elegidas de acuerdo a las áreas de EDCOM. La selección se realizó de acuerdo a un análisis basado en: Proyección internacional, revistas desarrolladas por organizaciones de prestigio investigativo mundial, publicaciones evaluadas por comunidades científicas, revistas que constan en los índices y bases de datos más importantes del panorama científico-investigativo y criterios de selección acordes a las áreas tratadas en cada revista.



Imagen 3. Catálogo de revistas indexadas.

Se seleccionaron 55 revistas indexadas, en donde los docentes podrán enviar sus artículos para ser publicados. Mediante el sitio web INDEXA EDCOM se reunirán todas las herramientas informativas para

que los profesores puedan saber dónde publicar sus artículos y cómo hacerlo.

3.3. Página web INDEXA EDCOM

En su parte central, la página web tendrá dos listas interactivas. La primera titulada Área, mostrará las carreras de EDCOM: Diseño Gráfico y Publicitario, Diseño y Producción Audiovisual, Diseño Web y Aplicaciones Multimedia, Sistemas de Información y Comunicación Social.

La segunda titulada Revista Indexada, mostrará todas las revistas, de acuerdo al área seleccionada. La interacción de las dos listas es fundamental, ya que el docente, automáticamente será direccionado al sitio web de la publicación, directamente a la información detallada de cómo enviar artículos y su respectiva indexación.

La página web mostrará los afiches promocionales de cada etapa y permitirá la descarga directa de los boletines, Manual para Directivos, Guía para docentes y demás información importante relacionada a revistas indexadas, en formato PDF y también como publicación online.



Imagen 4. Interfaz principal de la página INDEXA EDCOM.

3.4. Concurso de artículos investigativos

El nombre del concurso será: “Primer Concurso de Artículos de Investigación para Revistas Indexadas”. El objetivo es impulsar el desarrollo de artículos por parte de los Docentes de EDCOM. Las bases del concurso se desarrollarán junto al Departamento de Posgrados de EDCOM. Los artículos serán evaluados por un jurado conformado por profesionales externos a la universidad y el trabajo ganador recibirá capacitación a nivel nacional e internacional en el área de su especialización. De esta forma, se incentiva a

los profesores a escribir artículos y a su vez se impulsa su capacitación continua.

4. Presupuesto

Desarrollar el Plan de Comunicación significa que EDCOM ponga en marcha las acciones definidas en las tres etapas del Plan.

Por este motivo, es importante detallar los rubros de las acciones constitutivas del Plan de Comunicación.

Los indicadores Financieros de la Superintendencia de Compañías señalan que la realización del Plan de Comunicación se encuentra en el área Información y Comunicación, dentro de la actividad Publicación de Libros, Periódicos y Otras Actividades de Publicación.

El Margen de Comercialización asignado a dicha actividad es del 13,29%.

Se determinó que el total de Gastos de Sueldos y Salarios es de \$2.250,00 y el total de Gastos de Alquiler es de \$1.080,00.

El Capital de Trabajo es el valor que utilizamos para iniciar el movimiento de los recursos. En nuestro caso es igual a los Gastos de Alquiler, con un valor de \$1.080,00.

El total de Gastos Operativos es igual a la suma de los Gastos de Sueldos y Salarios, Gastos de Servicios Básicos y Gastos de Alquiler, dando como resultado \$3.330,00. El desarrollo y análisis del Presupuesto permitió definir el Precio de Venta del Proyecto en \$3.772,56.

GASTOS FINANCIEROS	\$ 162,00
GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS	\$ 2.250,00
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	\$ 0,00
GASTOS DE ALQUILER	\$ 1.080,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 3.330,00
MARGEN DE COMERCIALIZACIÓN	13%
PRECIO DE VENTA DEL PROYECTO	\$ 3.772,56

Tabla 2. Presupuesto.

Para la implementación del Plan, el costo para el primer mes es de \$1.936,72 debido a que incluye la realización del Manual para Directivos, Guía para Docentes, respaldo en CD, trípticos, afiches y volantes.

En cambio, en el segundo y tercer mes el costo será \$66,72 por mes, debido a que el Manual y la Guía se realizan sólo una vez. Si no se imprimen el Manual y la Guía, la inversión para la implementación será de \$66,72 cada mes.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo total mensual
Afiches	8	\$ 2,10	\$ 16,80
Tripticos	146	\$ 0,16	\$ 23,36
Volantes	80	\$ 0,04	\$ 3,20
Boletines	292	\$ 0,08	\$ 23,36
Total			\$ 66,72

Tabla 2. Precios de Impresión.

5. Conclusiones

En este proyecto se realizó un análisis completo de todos los aspectos fundamentales relacionados a la implementación del Plan de Comunicación INDEXA EDCOM. Desde la contextualización nacional y universitaria más la importancia de la indexación de revistas, se realizó un estudio de mercado que permitió establecer la situación real del tema de revistas indexadas en la unidad académica, además, un análisis técnico en el cual se detallan las etapas, fundamentos, pasos, ideas y estructuras necesarias para llevar a cabo el Plan de Comunicación, incluyendo el desarrollo del presupuesto necesario para la óptima implementación de las estrategias comunicativas determinadas.

EDCOM, al no contar con vínculos y opciones de revistas indexadas en donde publicar artículos, tiene poca proyección a nivel investigativo internacional. Por medio de la metodología desarrollada en el estudio de mercado se determinó que el 80% de los docentes encuestados no tiene conocimiento sobre las revistas indexadas de ESPOL. Esta situación refleja la gran falencia informativa y la poca difusión de las revistas indexadas en ESPOL.

Además, La implementación del Plan de Comunicación cuenta con el total respaldo de los directivos de EDCOM, que expresan la necesidad de contar con herramientas, información de vínculos y guías para que los docentes puedan publicar sus artículos. El 100% de los docentes encuestados consideran fundamental la implementación de un Plan de Comunicación en EDCOM, que permita a los docentes, saber cómo publicar sus artículos en revistas indexadas. Este resultado demuestra la total aceptación para el desarrollo del Plan de Comunicación, a esto se añade que el 94% de los docentes encuestados están interesados en escribir artículos en revistas indexadas.

En la unidad académica no se ha implementado ninguna estrategia comunicativa que impulse la producción de artículos en revistas indexadas, por ello, el desarrollo del Plan de Comunicación es

indispensable para el crecimiento investigativo de los docentes.

El Plan de Comunicación está conformado por 3 etapas. Difusión, Posicionamiento y Proyección de las estrategias necesarias para que tanto docentes y directivos de EDCOM, tengan pleno conocimiento de los aspectos relacionados a revistas indexadas. Incentivando la realización de artículos por parte de los docentes. La realización de folletos, trípticos, volantes y afiches informativos está presente en las 3 etapas del Plan de Comunicación, como una estrategia masiva de difusión informativa con alcance directo tanto a docentes como directivos.

El Plan de Comunicación utiliza estrategias que involucran el uso eficiente de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) mediante el desarrollo del sitio web INDEXA EDCOM. El trabajo en conjunto con el Departamento de Posgrados de EDCOM constituye un vínculo imprescindible que permite generar capacitación continua de los docentes, creando una mayor proyección investigativa en toda la Unidad Académica a nivel internacional.

Mediante el desarrollo del presupuesto, se determinó que el precio de venta del proyecto es de \$3.772,56 considerando un Margen de Comercialización del 13.29%.

Para la implementación del Plan, el costo para el primer mes será de \$1.936,72, valor que incluye la realización de trípticos, manuales, guías, CD, afiches y volantes. A partir del segundo mes, el costo mensual será de \$66.72, debido a que el Manual para Directivos y la Guía para Docentes se imprimen sólo una vez. Si se decide no imprimir el Manual y la Guía, su contenido estará disponible para descargar en la web INDEXA EDCOM y la inversión para la implementación se reduce a \$66,72 mensuales.

6. Recomendaciones

Se recomienda que para la implementación del Plan se utilicen los equipos adecuados para lograr el óptimo desarrollo de las etapas del Plan de Comunicación. Se recomienda destinar más recursos para la investigación de mercado, debido a que de esta forma se obtendrá mayor información detallada y precisa indispensable para el desarrollo del Plan.

Se recomienda implementar los recursos audiovisuales y tecnológicos indicados en las etapas del Plan de Comunicación, debido a que dichas acciones combinan aspectos importantes de todas las áreas de EDCOM.

Se sugiere que los directivos tengan en consideración concretar la vinculación con alguno de los sistemas de indexación e instituciones detalladas en el Manual de Vínculos para que de esta forma se



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



incremente la capacitación científico-técnica de toda la unidad académica.

Finalmente, se recomienda la implementación del Plan de Comunicación en EDCOM debido a que constituye un avance fundamental para conseguir la proyección internacional de los trabajos realizados por los docentes, aportando de esta manera al desarrollo investigativo del país.

5. Agradecimientos

En primer lugar a Dios por su guía y por darnos la fuerza y serenidad necesarias para seguir. A nuestros padres, por su cariño y apoyo incondicional. A nuestros maestros, en especial al Ing. Edgar Salas Luzuriaga, por sus enseñanzas y consejos. A nuestros amigos de Comunicación Social y Diseño Gráfico y a todos quienes nos acompañaron durante todo este tiempo.

6. Referencias

- [1] Flores A, Andrés J. Ejemplos de bibliografía para revistas indexadas. ISSN 1695-7504, Vol. VIII, n° 02, Febrero 2007.
- [2] Charum J, Murcia C, Usgame D, Silva A. (2003). La búsqueda de la visibilidad a través de la calidad: el reto del Editor. ICFES. Bogotá.
- [3] Comité Nacional de Indexación y Homologación, Colciencias y el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología OCyT. Servicios de indexación y resumen utilizados para los procesos de indexación y Homologación de revistas especializadas. 2011. Disponible en: <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/1684/1333>
- [4] Charum J. (2004). La Construcción de un Sistema de Indexación, el Caso de Publindex. Mayo-Agosto 2004, ISSN 1405-1435, UAEM, México.
- [5] Información de Licencias Creative Commons. 2012. Disponible en: <http://creativecommons.org/>
- [6] Revista Tecnológica de la ESPOL. 2012. Disponible en <http://www.revista.tecnologica.espol.edu.ec/>.
- [7] Revista Investigación y Desarrollo. 2012. Disponible en <http://www.iyd.espol.edu.ec/>.
- [8] Criterios de evaluación de ELSEVIER para indexación de revistas. Disponible en: http://www.pollock.mx/clientes/Elsevier/Indize_Scopus/index.html