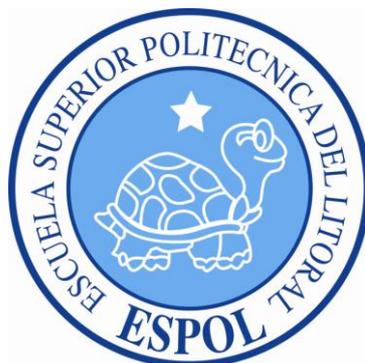


**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL  
INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**PLAN DE COMUNICACIÓN PARA DIRECTIVOS Y  
DOCENTES DE EDCOM SOBRE LA PUBLICACIÓN DE  
ARTÍCULOS EN REVISTAS INDEXADAS**

**AUTORES**

**NICOLE ARIANNA LÓPEZ MONTAÑO  
JORGE WILLIAM TIGRERO VACA**

**DIRECTOR**

**ING. EDGAR SALAS LUZURIAGA**

**AÑO  
2012**

## **AGRADECIMIENTO**

*Primero quiero agradecerle a Dios por guiarme durante todo este tiempo y por darme la fortaleza y serenidad necesaria para continuar, a pesar de los obstáculos que encontramos en el camino. A mi padre por nunca dejar de apoyarme, aún cuando no estuviera de acuerdo en ciertas decisiones que yo tomara.*

*A mi tío, Alfredo Espinosa, por haberme brindado su confianza y por darme la oportunidad de demostrar que sus esfuerzos nunca fueron en vano. A mi mamá postiza, Doris Huayamave, por su cariño y apoyo incondicional. A mi compañero de tesis, Jorge Tigrero, por su paciencia y dedicación. Al Ing. Edgar Salas Luzuriaga, por la asesoría brindada durante todo el periodo de tesis. Finalmente, a mis compañeros, quienes han aportado de alguna manera para que yo pudiera culminar exitosamente esta etapa. Mil gracias a todos ustedes.*

**Nicole López M.**

## **AGRADECIMIENTO**

*Gracias Dios por guiar mi camino, por darme fuerzas en los momentos difíciles, gracias por todas las enseñanzas, por los momentos inolvidables y por todo lo que rodea mi vida.*

*A mi querida familia en Perú y a mis grandes amigos: Luis Felipe Bartolo, Leonardo Taborda y Alejandra Monsalve, gracias por enseñarme que la amistad y cariño no tienen fronteras.*

*A Nicole López, mi compañera de tesis, gracias por su dedicación y sobre todo por su amistad. Al Grupo de Teatro JMQ-ESPOL, mi total admiración, son un verdadero ejemplo de amor al arte.*

*A Jimmy Cobos y Andrés Arroyo, gracias por su invaluable ayuda y su gran creatividad. A mis amigos y excelentes periodistas de Entre Tintas, gracias por confiar en mí y dar lo mejor en cada proyecto.*

*A MAE. Ruth Matovelle, Directora de EDCOM, gracias por todo su respaldo y apoyo a la carrera de Comunicación Social.*

*Al Ing. Edgar Salas Luzuriaga por compartir sus conocimientos con nosotros, por su guía y dirección durante el desarrollo de la tesis.*

*A todos mis amigos de Comunicación Social y aquellas personas que estuvieron para apoyarme en los momentos difíciles y compartieron sus alegrías conmigo. Gracias infinitas. Dios los bendiga.*

**Jorge Tigrero V.**

## **DEDICATORIA**

*En primer lugar quiero dedicarle este trabajo a Dios, pues sin su bendición, habría sido imposible continuar. A mi papá José López y a mi Tío Alfredo Espinosa, por ser quienes me han apoyado a lo largo de toda mi vida. Sin ellos no hubiera llegado donde estoy ahora. A Doris Huayamave, mi querida madre postiza, por sus sabios consejos y por recordarme que sólo Dios es nuestro único guía y que sin él no somos nada. Finalmente, le dedico este trabajo de manera especial a mi esposo, Dennys Yambay, por estar a mi lado en todo momento. Es él quien siempre me ha alentado a continuar y a nunca rendirme.*

***Nicole López M.***

## **DEDICATORIA**

*Estos cuatro años, me enseñaron a no dejar de luchar, a nunca perder la fe y dar lo mejor de mí. Dedico cada una de mis acciones y todo mi esfuerzo a las personas que me enseñaron todo en la vida.*

*A Jorge William Tigrero Quimí y Mónica Angélica Vaca Alarcón, mis amados padres, ellos son mi razón de vivir, gracias de todo corazón por sus enseñanzas, por su apoyo y sobre todo por su amor incondicional.*

*A mi abuelita Ilma, gracias por todo su cariño y por estar siempre a mi lado. A Juan y Joel, mis queridos hermanos, nunca olviden todo su talento y den lo mejor de ustedes cada día. A mi querida Grace Cordero, gracias infinitas por llenar mis días de amor. Sin ustedes nada hubiese sido posible. Los amo con todo mi ser.*

**Jorge Tigrero V.**

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

*La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.*

**FIRMA DEL DIRECTOR DEL PROYECTO Y MIEMBROS DEL  
TRIBUNAL DE GRADO**

---

**Ing. Edgar Salas Luzuriaga**  
PROFESOR DE LA MATERIA DE GRADUACIÓN

---

**Msig. Luis Rodríguez Vélez**  
DELEGADO

**FIRMA DE LOS AUTORES DEL INFORME DE MATERIA DE  
GRADUACIÓN**

---

Nicole Arianna López Montaña

---

Jorge William Tigrero Vaca

## RESUMEN

Entre los parámetros mundiales más importantes de evaluación y calidad universitaria, se encuentra el número de publicaciones y artículos investigativos realizados por los docentes de una institución educativa. Las investigaciones publicadas determinan la proyección internacional de una institución y su 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 bases de datos de consulta mundial. Formar parte de una base de datos investigativa y reconocida, significa contar con el aval de organizaciones de prestigio internacional, gracias a sus aportes en los distintos campos del conocimiento.

Debido a la importancia de las revistas indexadas para el desarrollo universitario; se determinó, como eje central, el tema de publicaciones en revistas indexadas, mediante el desarrollo de un Plan de Comunicación, denominado INDEXA EDCOM. Dicho Plan, contiene 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.

La Investigación de Mercado permitió pormenorizar la situación de EDCOM en cuanto a producción editorial de sus docentes. Se determinó que existe un desconocimiento general en relación a las dos revistas indexadas que posee ESPOL y grandes falencias informativas acerca de los aspectos necesarios para publicar artículos en revistas indexadas. Además, los docentes y directivos de EDCOM, expresaron su total respaldo hacia la implementación de un Plan de Comunicación que incentive la realización y publicación de artículos investigativos.

El Plan de Comunicación consta de tres etapas: Difusión, Posicionamiento y Proyección; dirigidas para directivos y docentes de EDCOM. Implementando estrategias comunicativas que combinan elementos audiovisuales y tecnológicos. Mediante el desarrollo de afiches, boletines, folletos, volantes, videos, desarrollo web y manuales digitales. 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, Thomson

Reuters, IPL2, Open Access de Cambridge, MIT Press Journals y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).

Para los docentes, el Plan de Comunicación, desarrolla estrategias que incentivan la realización de artículos investigativos, determinando formatos y licencias de publicación. Incluye acciones comunicativas para que los profesores definan como prioridad, el desarrollo de artículos en revistas indexadas. Por medio de la página web INDEXA EDCOM, se pondrán a disposición 55 revistas indexadas de trascendencia mundial, que abordan temáticas relacionadas a todas las áreas de EDCOM. En ellas, los docentes podrán enviar sus artículos. Brindando soluciones al problema relacionado con el envío de artículos para las revistas indexadas de ESPOL, que dan prioridad a temas de ingeniería.

El análisis del Presupuesto, permitió determinar el total de Gastos Financieros: \$162, el total de Gastos de Sueldos y Salarios: \$2.250 y el total de Gastos de Alquiler: \$1.080, dando como resultado el Total de Gastos Operativos: \$3.330. Considerando un Margen de Comercialización de 13.29%, estipulado por la Superintendencia de Compañías, se determinó el Precio de Venta del Proyecto: \$3.772,56. En el desarrollo del Plan de Comunicación se detallan los recursos requeridos para su óptima implementación en toda la Unidad Académica.

# ÍNDICE GENERAL

## CAPÍTULO 1. GENERALIDADES

1.1	Introducción .....	18
1.2	Planteamiento del Problema.....	19
1.3	Justificación.....	23
1.4	Objetivos .....	27
1.4.1	Objetivo General.....	27
1.4.2	Objetivos de la Investigación.....	27

## CAPÍTULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1	Perspectivas de la Investigación.....	29
2.2	Planteamiento del Problema.....	30
2.3	Objetivos de la Investigación .....	42
2.3.1	Objetivos Generales.....	42
2.3.2	Objetivos Específicos .....	42
2.4	Plan de Muestreo.....	42
2.4.1	Definición de la Población.....	42
2.4.2	Definición de la Muestra.....	43
2.5	Entrevistas a Profundidad.....	43
2.6	Diseño de la Encuesta .....	44
2.7	Diseño de la Entrevista.....	46
2.8	Interpretación de Resultados .....	50
2.9	Informe Final.....	61
2.10	Conclusiones de la Investigación .....	64

## CAPÍTULO 3. PLAN DE DESARROLLO

3.1	Antecedentes.....	68
3.2	Análisis FODA .....	68
3.3	Implementación .....	70
3.3.1	Introducción.....	70
3.3.2	Estrategias.....	71
3.3.3	Primera Etapa: Difusión.....	72
3.3.3.1	Acciones.....	73
3.3.3.1.1	Video de Introducción .....	73
3.3.3.1.2	Manual de Vínculos para Directivos.....	75
3.3.3.1.3	Guía para Docentes.....	88
3.3.3.1.4	Buzón de Comunicaciones.....	106
3.3.3.1.5	Boletines Informativos.....	107
3.3.3.1.6	Afiches, volantes y trípticos.....	108
3.3.3.1.7	Concurso .....	111
3.3.4	Segunda Etapa: Posicionamiento.....	114
3.3.4.1	Acciones.....	143
3.3.4.1.1	Página Web .....	143
3.3.5	Tercera Etapa: Proyección .....	151
3.3.5.1	Acciones.....	152
3.3.5.1.1	Video del Concurso .....	152
3.3.6	Cronograma .....	155
3.4	Balance de Personal .....	157

3.5 Balance de Equipos .....	157
------------------------------	-----

#### **CAPÍTULO 4. PRESUPUESTO**

4.1 Antecedentes .....	159
4.2 Gastos Financieros .....	159
4.3 Sueldos y Salarios .....	160
4.4 Alquiler.....	160
4.5 Margen de Comercialización .....	161
4.6 Presupuesto.....	161
4.7 Implementación.....	162
4.8 Conclusiones .....	163

#### **CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1 Limitaciones del Estudio.....	166
5.2 Conclusiones .....	166
5.3 Recomendaciones.....	169

#### **BIBLIOGRAFÍA**

Bibliografía .....	170
--------------------	-----

#### **ANEXOS**

Anexo 0-1: Video de Introducción .....	173
Anexo 0-2: Video Promocional del Concurso .....	174
Anexo 0-3: Indicadores de la Superintendencia de Compañías.....	176
Anexo 0-4: Margen de Comercialización para el Área de Comunicación .....	179

# ÍNDICE DE TABLAS

## **CAPÍTULO 3**

Tabla 3-1. Costo del servicio ScienceDirect de ELSEVIER por un año .....	82
Tabla 3-2. Costo del servicio ScienceDirect de ELSEVIER por tres años.....	82
Tabla 3-3. Costo de suscripción anual al MIT Press Journals .....	85
Tabla 3-4. Costo de suscripción a Thomson-Reuters .....	88
Tabla 3-5. Cronograma .....	155
Tabla 3-6. Balance de Personal.....	157
Tabla 3-7. Balance de Equipos .....	157

## **CAPÍTULO 4**

Tabla 4-1. Tabla Gastos Financieros .....	160
Tabla 4-2. Tabla Sueldos y Salarios .....	160
Tabla 4-3. Tabla Detalle de Alquiler .....	161
Tabla 4-4. Tabla Presupuesto.....	162
Tabla 4-5. Tabla Detalle de Implementación para el Primer Mes .....	163
Tabla 4-6. Tabla Detalle de Implementación a partir del Segundo Mes .....	163

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

## CAPÍTULO 2

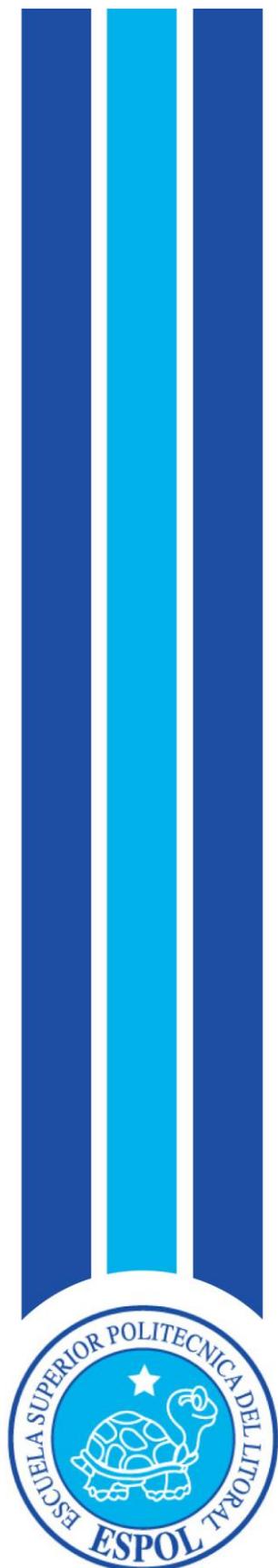
Gráfico 2-1. Título universitario de los docentes .....	50
Gráfico 2-2. Docentes con título de Máster .....	51
Gráfico 2-3. Maestrías realizadas por los docentes .....	52
Gráfico 2-4. Año de obtención de la Maestría.....	53
Gráfico 2-5. Docentes cursando Maestría.....	54
Gráfico 2-6. Maestrías cursadas actualmente por los docentes .....	54
Gráfico 2-7. Conocimiento sobre revistas indexadas .....	55
Gráfico 2-8. Conocimiento acerca de las revistas indexadas de ESPOL.....	55
Gráfico 2-9. Interés acerca de escribir en revistas indexadas .....	56
Gráfico 2-10. Preferencia por el área de Artes y Humanidades .....	56
Gráfico 2-11. Preferencia por área Ciencias Computacionales e Ingeniería .....	57
Gráfico 2-12. Preferencia por el área de Ciencias Sociales .....	57
Gráfico 2-13. Necesidad de Vínculos entre EDCOM y revistas indexadas .....	58
Gráfico 2-14. Nivel de aceptación del Plan de Comunicación .....	58
Gráfico 2-15. Inclusión del aspecto: Guía de formatos para publicación.....	59
Gráfico 2-16. Inclusión del aspecto: Información sobre licencias.....	59
Gráfico 2-17. Inclusión del aspecto: Listado de revistas indexadas .....	60
Gráfico 2-18. Inclusión del aspecto: Criterios de selección de artículos .....	60

# ÍNDICE DE FIGURAS

## CAPÍTULO 3

Figura 3-1. Ejemplos de dónde se difundirá el video de introducción .....	75
Figura 3-2. Portada del Manual de Vínculos .....	76
Figura 3-3. Contraportada interior y primera página del Manual de Vínculos.....	77
Figura 3-4. Ejemplo de páginas interiores del Manual de Vínculos.....	77
Figura 3-5. Portada de Guía para Docentes .....	89
Figura 3-6. Contraportada interior y primera página de la Guía para Docentes.....	89
Figura 3-7. Ejemplo de páginas interiores de la Guía para Docentes.....	90
Figura 3-8. Símbolo de la Licencia de Atribución.....	100
Figura 3-9. Símbolo de la Licencia No Comercial .....	101
Figura 3-10. Símbolo de la Licencia No derivación del trabajo.....	101
Figura 3-11. Símbolo de la Licencia Igualmente compartido .....	102
Figura 3-12. Opciones definidas por el autor .....	103
Figura 3-13. Opciones definidas por el autor (Continuación) .....	103
Figura 3-14. Primer nivel explicativo .....	104
Figura 3-15. Primer nivel explicativo (Continuación).....	105
Figura 3-16. Tercer nivel: Código Digital .....	106
Figura 3-17. Símbolo que certifica el uso de Creative Commons en sitio web.....	106
Figura 3-18. Ejemplo de Boletín Informativo .....	108
Figura 3-19. Afiche informativo Primera Etapa del Plan de Comunicación .....	109
Figura 3-20. Ejemplo de Tríptico Informativo .....	110
Figura 3-21. Afiche del concurso .....	113
Figura 3-22. Ubicación del afiche del concurso .....	113
Figura 3-23. Logo de la Revista Actas de Diseño .....	115
Figura 3-24. Logo de la Revista Diseño y Sociedad.....	115
Figura 3-25. Logo de la Revista Kepes.....	116
Figura 3-26. Logo de la Revista AACA Digital .....	116
Figura 3-27. Logo de la Revista AISTHESIS.....	117
Figura 3-28. Logo de la Revista Ars Bilduma .....	117
Figura 3-29. Logo de la Revista ARTNODES .....	118
Figura 3-30. Logo de la Revista CALLE 14.....	118
Figura 3-31. Logo de la Revista Enclaves del Pensamiento.....	119
Figura 3-32. Logo de la Revista FEDRO .....	119
Figura 3-33. Logo de la Revista GOYA .....	119
Figura 3-34. Logo de la Revista SituArte .....	120
Figura 3-35. Logo de la Revista Arte, Individuo y Sociedad .....	120
Figura 3-36. Logo de la Revista Artigrama .....	121
Figura 3-37. Logo de la Revista Secuencias .....	121
Figura 3-38. Logo de la Revista Archivos de la Filmoteca .....	122
Figura 3-39. Logo de la Revista Imagofagia .....	122
Figura 3-40. Logo de la Revista L' Atalante .....	123
Figura 3-41. Logo de la Revista METAKINEMA .....	123
Figura 3-42. Logo de la Revista de Ciencia, Tecnología y Sociedad.....	124
Figura 3-43. Logo de la Revista Avances en Sistemas e Informática .....	124
Figura 3-44. Logo de la Revista Ciencia UANL .....	125
Figura 3-45. Logo de la Revista El Hombre y la Máquina.....	125
Figura 3-46. Logo de la Revista Información Tecnológica .....	126
Figura 3-47. Logo de la Revista INTERCIENCIA.....	126

Figura 3-48. Logo de la Revista Journal of Applied Research & Technology.....	127
Figura 3-49. Logo de la Revista JUEE .....	127
Figura 3-50. Logo de la Revista Nexo .....	128
Figura 3-51. Logo de la Revista Digital RSSST .....	128
Figura 3-52. Logo de la Revista Teknokultura .....	129
Figura 3-53. Logo de la Revista TELOS .....	129
Figura 3-54. Logo de la Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico.....	130
Figura 3-55. Logo de la Revista ICONO 14.....	130
Figura 3-56. Logo de la Revista IDP .....	131
Figura 3-57. Logo de la Revista Latina de Comunicación Social .....	131
Figura 3-58. Logo de la Revista DESIGNIS .....	132
Figura 3-59. Logo de la Revista aDResearch ESIC.....	132
Figura 3-60. Logo de la Revista Análisis .....	133
Figura 3-61. Logo de la Revista COMUNICACIÓN .....	133
Figura 3-62. Logo de la Revista Comunicación y Sociedad.....	134
Figura 3-63. Logo de la Revista Conexiones.....	134
Figura 3-64. Logo de la Revista Confines .....	135
Figura 3-65. Logo de la Revista Cuadernos de Información .....	135
Figura 3-66. Logo de la Revista DEREKOM .....	136
Figura 3-67. Logo de la Revista Eticanet .....	136
Figura 3-68. Logo de la Revista Fonseca .....	137
Figura 3-69. Logo de la Revista Faro .....	137
Figura 3-70. Logo de la Revista Mediaciones Sociales.....	138
Figura 3-71. Logo de la Revista Palabra Clave .....	138
Figura 3-72. Logo de la Revista Razón y Palabra .....	139
Figura 3-73. Logo de la Revista REDHECS .....	139
Figura 3-74. Logo de la Revista ZER .....	140
Figura 3-75. Logo de la Revista ADVERSUS .....	140
Figura 3-76. Logo de la Revista Anagramas .....	141
Figura 3-77. Logo de la Revista Milenio.....	141
Figura 3-78. Catálogo de revistas .....	142
Figura 3-79. Afiche Promocional de la página web .....	143
Figura 3-80. Interfaz principal de la página web .....	144
Figura 3-81. Docentes accediendo a la página .....	144
Figura 3-82. Banner de la página en el sitio de la ESPOL .....	145
Figura 3-83. Botón de acceso a Revistas Indexadas en la Web de EDCOM .....	145
Figura 3-84. Detalle de las listas Área y Revista Indexada .....	146
Figura 3-85. Menú Artículos Realizados .....	147
Figura 3-86. Artículo realizado por José Daniel Santibáñez .....	147
Figura 3-87. Menú Links .....	148
Figura 3-88. Menú Ayuda.....	149
Figura 3-89. Menú Contáctenos.....	149
Figura 3-90. Detalle del Banner del Concurso.....	150
Figura 3-91. Detalle de la sección Boletines .....	150
Figura 3-92. Detalle del Banner del Servicio Adquirido: ScienceDirect.....	151
Figura 3-93. Detalle del contador de visitas .....	151



## **CAPÍTULO 1** **GENERALIDADES**

## **CAPÍTULO 1. GENERALIDADES**

### **1.1 Introducción**

Este proyecto se basa en el desarrollo de un Plan de Comunicación que genera vínculos estratégicos con importantes revistas indexadas y sistemas de indexación a nivel mundial, para la publicación de artículos realizados por los docentes de EDCOM. Indicar que un artículo forma parte de una revista indexada, se refiere a que dicho texto ha pasado por un proceso de selección, análisis y control de calidad. Además que cuenta con el aval de instituciones de prestigio académico y con el debido sustento y comprobación de la información.

A nivel mundial, un aspecto fundamental en los parámetros internacionales de Clasificación Académica de Universidades, es el número de publicaciones en revistas indexadas junto con el número de citas y referencias realizadas a los artículos e investigaciones de los docentes.

Para lograr las condiciones necesarias en las que la Unidad Académica y sus docentes tengan participación en los sistemas de indexación científicos-investigativos, se implementa la metodología del plan estratégico de comunicación.

Un análisis completo de los aspectos referentes al tema de indexación que integra objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación, tanto para los directivos de la Unidad Académica como para los docentes de las carreras impartidas en EDCOM. La estrategia comunicativa del plan, enmarca el eficiente manejo de información y la pertinente difusión de los parámetros involucrados en los sistemas de indexación.

Es decir, implementar las acciones comunicativas necesarias para que las referencias sobre revistas indexadas se integren a las políticas de calidad de EDCOM y a las actividades primordiales de los docentes.

El Plan de Comunicación permite que los distintos involucrados conozcan plenamente del tema, destacando sus intereses y metas. Con la premisa de reconocer el trabajo investigativo de los docentes de EDCOM.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

La Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) fue creada el 29 de octubre de 1958, durante el gobierno del Dr. Camilo Ponce Enríquez, quien atendió la demanda de la región litoral por contar con una institución de educación superior que impartiera conocimientos del saber científico y tecnológico. Actualmente, ESPOL cuenta con 11.603 estudiantes.

La historia de la Escuela de Diseño y Comunicación Visual (EDCOM), nace en el año 1995, bajo el nombre “Programa de Tecnología en Computación y Diseño Gráfico” (PROTCOM). El 8 de noviembre del 2005, mediante resolución del Consejo Politécnico 05-11-362 se creó la Escuela De Diseño y Comunicación Visual (EDCOM). En la actualidad, oferta las siguientes carreras: Diseño Gráfico y Publicitario, Diseño y Producción Audiovisual, Diseño Web y Aplicaciones Multimedia, Comunicación Social.

ESPOL canaliza todos sus recursos, preocupándose por el avance científico y tecnológico de la sociedad en general. Como prueba de ello, se encuentran los posicionamientos alcanzados por ESPOL, dentro de los rankings académicos a nivel mundial. En el 2011 y en el primer trimestre del 2012, ocurrió algo muy particular, ESPOL fue desplazada por otras instituciones nacionales en los resultados presentados en dos de las más importantes clasificaciones:

Webometrics: Ranking Nacional 2012:

Puesto No.1 - Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL)

Puesto No.2 – ESPOL

QS World Universities: Ranking Latinoamericano 2011 - 2012:

Puesto No. 79 - Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE)

Puesto No. 101 – ESPOL

Webometrics y QS World Universities clasifican a las universidades por su nivel académico, tomando en cuenta aspectos científicos-técnicos que determinan el desarrollo y presencia de las universidades evaluadas en cada región.

Un aspecto muy importante es el número de publicaciones que realizan las universidades en revistas indexadas con proyección internacional.

En cuanto a revistas indexadas a nivel local, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) publica la revista ALTERNATIVAS, en donde sus docentes y profesionales realizan artículos de investigación científica. Su Facultad de Arquitectura y Diseño, cuenta con la Revista AUC que contiene artículos referentes a Diseño, Arquitectura y Urbanismo. Su Facultad de Ciencias Médicas edita la revista MEDICINA.

La Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES), publica la revista PODIUM, en donde desarrollan artículos de importante contenido académico en el área de Ciencias Sociales. La UEES también edita la revista MedPre, que integra las Ciencias de la Salud con participación activa de las Carreras de Medicina, Odontología, Enfermería y Nutrición.

La Universidad San Francisco de Quito publica la revista AVANCES, dedicada a promover la realización y publicación de investigaciones en temas de ingeniería. La Escuela Politécnica del Ejército (ESPE), a través de su Facultad de Ciencias Agropecuarias, publica la Revista Técnica de Zoología, en donde presenta estudios realizados sobre biodiversidad.

La ESPE también publica la revista CIENCIA, que tiene como objetivo difundir las aportaciones importantes de sus profesionales y docentes en el campo de la Ingeniería de Estructuras.

La Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), publica la revista CIENCIA UNEMI, dirigida a la población universitaria, difunde los trabajos de investigación científica y reflexiones teóricas relacionadas con salud pública, administración y gerencia, desarrollo industrial, tecnología, informática y comunicación.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo desarrolla la revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA, cuya finalidad es difundir los resultados de las investigaciones científicas de sus docentes y profesionales en el área Agrícola, Pecuaria, Empresarial, Ambiental y Forestal.

La Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), edita la Revista COMENTARIO INTERNACIONAL, que aborda temas de coyuntura política y económica, documentos históricos y reseñas de libros.

El área de Derecho de la UASB, publica la revista FORO, en donde profesores, estudiantes y colaboradores nacionales e internacionales analizan problemas jurídicos. El área de Letras de la UASB desarrolla la revista KIPUS, en donde analiza el estado actual de las investigaciones de la universidad y presenta comentarios de libros, guía e información bibliográfica.

El área de Historia de la UASB edita la revista PROCESOS, especializada en estudios históricos latinoamericanos.

La Universidad Politécnica Salesiana (UPS), desarrolla la revista LA GRANJA, publicación especializada en Ciencias de la Vida, Agronómicas y Veterinarias. También editan la revista UNIVERSITAS, dedicada a las Ciencias Sociales.

La Universidad de Cuenca edita la revista MASKANA, que reúne publicaciones multidisciplinarias, con el objetivo de divulgar resultados de carácter científico, en áreas de Ciencias Sociales y Humanas, Ciencias Exactas, Tecnología y Ciencias Biológicas. Su Facultad de Letras y Ciencias de la Educación, edita la revista PUCARA.

La Universidad Central del Ecuador, a través de su Facultad de Ciencias Químicas, publica la revista QUÍMICA CENTRAL, abordando áreas como Bioquímica Clínica, Química de Alimentos, Química Farmacéutica y Química General.

Además, edita la REVISTA ECUATORIANA DE SALUD PÚBLICA, publicación dedicada a la información técnica y científica del Instituto Superior de Posgrado en Salud Pública (ISP-SP) de la Facultad de Ciencias Médicas.

La Universidad de Guayaquil, por medio de su Facultad de Ciencias Naturales y Ambientales, publica la revista científica Ciencias Naturales y Ambientales.

También realiza la Revista de la Facultad de Ciencias Médicas y su revista institucional, que presenta los mejores trabajos investigativos realizados en todas las áreas académicas.

La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), publica la revista ICONOS, especializada en Ciencias Sociales.

Desarrolla también la Revista Iberoamericana de Economía Ecológica y la revista URVIO, Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana, publicación internacional especializada en Sociología.

La Universidad Técnica de Ambato, publica la revista INVESTIGACIÓN & DESARROLLO que tiene como propósito difundir los avances institucionales en el ámbito de la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación.

La Universidad de Especialidades Turísticas (UCT) de Quito, publica la revista KALPANA, que recoge los resultados de investigaciones realizadas en el sector turístico nacional, desde cuatro líneas de investigación: Investigación aplicada para el desarrollo y fortalecimiento de los sectores turísticos nacionales, investigación para el desarrollo del modelo de gestión comunitaria, investigación aplicada al turismo desde la perspectiva de las diferentes áreas del conocimiento como son la Etnografía, Patrimonial Cultural y Natural, Administración de Empresas, e Investigación sobre tendencias y desarrollo local, regional, nacional e internacional.

La Universidad Nacional de Loja, publica la revista Bosques Latitud Cero, en donde profesionales, investigadores y docentes desarrollan temas sobre política y planificación forestal, conservación y ordenación del bosque, desarrollo socio-económico rural, mejoramiento de especies, desarrollo industrial, comercio internacional y demás consideraciones sobre el medio ambiente de nuestro país.

La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), tiene una fuerte presencia en la web debido a que la mayoría de sus carreras se dictan en modalidad online. La UTPL forma parte de la Asociación Iberoamericana de Educación Superior a Distancia (AIESAD), gracias a la cual, sus docentes e investigadores aportan con artículos en la Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (RIED).

Por su parte, ESPOL cuenta con dos revistas indexadas: La Revista Tecnológica ESPOL (RTE) y la Revista Investigación & Desarrollo (I&D).

También se encontraba indexada la revista MATEMÁTICA, administrada por el Instituto de Ciencias Matemáticas (ICM), pero su publicación no es constante.

La Revista Tecnológica de la ESPOL (RTE) está destinada a la publicación de artículos de interés científico-tecnológico. Tiene dos versiones, una digital y otra impresa. La Revista Investigación & Desarrollo está administrada por el Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT). Esta revista pasó de ser un boletín informativo, a convertirse en una revista de difusión científica.

El problema para EDCOM radica en la falta de una estructura comunicativa acerca de los aspectos relacionados a las revistas indexadas y sistemas de indexación. Lo que origina un desconocimiento general del tema y la consecuente limitada proyección internacional de los docentes de EDCOM.

EDCOM, cuenta con 2 artículos publicados en la Revista Investigación & Desarrollo.

Las dos publicaciones realizadas por docentes de EDCOM son las siguientes:

-Desarrollo de un Guión de Videojuego para Dispositivos Móviles; Pág.9; Autor(es): Marcelo Báez M.

-El Cómic: Medio Educomunicativo de Ciencia y Tecnología; Pág.6; Autor(es): José Santibáñez V.

### **1.3 Justificación**

Una revista indexada es una publicación periódica de investigación que denota alta calidad y forma parte de bases de datos de consulta mundial. Esto no significa que la revista es citada en Wikipedia o en cualquier sitio web. Al formar parte de una base de datos investigativa y reconocida quiere decir que cuenta con el aval de instituciones de prestigio internacional debido a sus aportes en los distintos campos científicos.

Entre los organismos de indexación más reconocidos a nivel mundial se encuentran: ELSEVIER, Thomson Reuters (ISI), Open Access Initiative de la Universidad de Cambridge, IPL2, MIT Press Journals, Consejo Superior de Investigaciones Científicas de Europa (CSIC).

Además tenemos al Sistema Regional de Información para las Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (Latindex) y Scientific Electronic Library Online (SciELO). Dichas entidades se basan en la cooperación regional, a través de instituciones de investigación científica y desarrollo tecnológicos de distintos países.

Para determinar si una revista ingresa a un índice reconocido internacionalmente, se toman en cuenta criterios de calidad como: características técnicas de los escritos, calidad del contenido de la investigación y el impacto de la investigación realizada (uso o aporte a la comunidad científica).

Según las conclusiones del III Congreso Internacional de Bibliometría “Gilberto Sotolongo Aguilar” realizado en México y datos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en relación a la presencia de revistas latinoamericanas y caribeñas en los rankings científicos internacionales, se refleja que el 90% de la industria editorial científica está distribuida entre Estados Unidos y los países de Europa; en tanto que, los países de América Latina y del Caribe apenas cubren entre 2.4 y 3% del total de la producción científica mundial. Por ejemplo, el año pasado, los investigadores de China publicaron 172.000 artículos en las principales revistas internacionales.

Nuestro país, recién en el año 2001, a través del CONESUP (entidad predecesora al SENESCYT), gestionó el ingreso del Ecuador a índices de relevancia científica e investigativa como el Sistema Regional de Información para las Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (Latindex) y al Scientific Electronic Library Online (SciELO).

La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT), en su planeación estratégica 2011-2014, establece como uno de sus principales objetivos, aumentar en 75%, la publicación de artículos realizados por investigadores ecuatorianos en revistas indexadas

Las últimas ediciones, de las 2 revistas indexadas por ESPOL, fueron publicadas en diciembre del 2011. La mayor parte de los artículos investigativos publicados en dichas revistas abordan temas de ingeniería.

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.

Dentro del Plan Operativo Anual de ESPOL (POA 2012), como parte de la Planificación del Sistema de Gestión de Calidad, el presupuesto asignado para que EDCOM realice al menos una publicación en revistas indexadas es de \$500. Este es un valor mínimo, en comparación con el asignado a otras áreas, para que logren el objetivo de publicaciones indexadas. Los montos asignados son los siguientes:

Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT) - \$21.500

Centro Nacional de Acuicultura e Investigaciones Marinas (CENAIM) - \$4.000

Centro de Desarrollo Social Aplicado (CEDESA) - \$2.000

Centro de Investigaciones Biotecnológicas del Ecuador (CIBE) - \$1.000

Facultad de Ingeniería Mecánica y Ciencias de la Producción (FIMCP) - \$1.000

Centro de Investigación Económica (CIEC) - \$1.000

Esta situación constituye una gran falencia para EDCOM puesto que con un valor tan bajo, no se pueden costear los altos rubros de suscripción a los sistemas de indexación internacionales, lo que representa un gran retroceso para el desarrollo de toda la Unidad Académica.

Las universidades de renombre pulen el historial de sus docentes a través de normas de calidad que rigen el funcionamiento de cada área y uno de estos requisitos tiene que ver directamente con la indexación de sus publicaciones.

Al no existir una política de comunicación interna en EDCOM acerca de los sistemas de indexación, los profesores no desarrollan la visión de crear artículos con proyección internacional.

Los dos artículos realizados por EDCOM fueron publicados en las mismas revistas de ESPOL y no tuvieron repercusión internacional.

Como consecuencia, el grupo de profesionales de EDCOM no consta en las bases científicas reconocidas a nivel mundial.

Las universidades suelen centrar sus esfuerzos en desarrollar sólo ideas de comunicación externa, que se refieren al ámbito de la comunicación comercial y descuidan la comunicación interna. 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.

La Planificación de la Comunicación es un proceso sistemático que no puede dejarse a la intuición o imaginación. Debe ser labor de los profesionales de la Comunicación, ya que es su elemento de gestión, el que facilita la consecución de los objetivos previamente evaluados, en el contexto de un determinado marco temporal.

El Plan de Comunicación debe establecer, detalladamente, una estrategia y metodología comunicativa que deberá transmitirse a los docentes, para informar de manera integral acerca de su eficacia y necesidad.

Realizar una correcta planificación de la comunicación, implica un proceso analítico y metódico, del que se deducirá una elección racional de los objetivos y una selección de las posibles alternativas de acción que podrán aplicarse.

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.

Como parte de la realización del Plan de Comunicación también se detallarán el presupuesto y cronograma, que determinarán el tiempo real en el que se harán las acciones de inicio, desarrollo y culminación del proyecto.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Elaborar un Plan de Comunicación para EDCOM y sus docentes.

### **1.4.2 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.



## **CAPÍTULO 2** **INVESTIGACIÓN DE** **MERCADO**

## **CAPÍTULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **2.1 Perspectivas de la Investigación**

Mediante una exhaustiva investigación 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. Esto ampliará significativamente su panorama profesional.

El proyecto del Plan de Comunicación apunta a la vinculación directa de EDCOM con los sistemas de indexación más importantes del mundo. Se plantea el acceso de la Unidad Académica a las publicaciones editadas, administradas y reguladas en las bibliotecas de los mejores sistemas de indexación.

Además, permite contar con el adecuado asesoramiento para que los docentes tengan a su disposición, un conjunto importante de indicadores para conocer dónde publicar sus artículos investigativos.

El proyecto del Plan de Comunicación plantea además la vinculación de EDCOM con las mejores universidades del mundo, para que los docentes puedan escribir artículos en las revistas indexadas propias de estas instituciones y también tengan acceso a las mejores bibliotecas y recursos online de investigación.

El Plan de Comunicación permitirá que EDCOM forme parte de redes científicas-investigativas con proyección mundial.

Asegurando un futuro prometedor para las nuevas generaciones de docentes y directivos que conocerán la debida importancia de las revistas indexadas, tema que no volverá a ser desconocido dentro de la Unidad Académica.

## **2.2 Planteamiento del Problema**

ESPOL cuenta con dos revistas indexadas y EDCOM ha publicado 2 artículos en la revista Investigación & Desarrollo. Los artículos son:

- Desarrollo de un Guión de Videojuego para Dispositivos Móviles; realizado por el docente Marcelo Báez.
- El Cómic: Medio Educomunicativo de Ciencia y Tecnología, realizado por el docente José Daniel Santibáñez.

Un problema radica en la escasa producción de artículos por parte de la Unidad Académica, otro problema se presenta al momento de incluir las temáticas desarrolladas por los docentes de EDCOM en los enfoques de las dos revistas indexadas de ESPOL. Por este motivo, a continuación se detallan los enfoques y alcances de estas dos revistas.

La Revista Tecnológica ESPOL (RTE), creada en 1976, tiene su versión impresa y digital. La revista RTE está indexada en el Índice Latinoamericano de Publicaciones Científicas Seriadas (Latindex). Desde el 2009, la Revista RTE posee dos ediciones temáticas, la RTE de Aplicaciones Ingenieriles y la RTE de Ciencias Naturales y Medio Ambiente. Cada año se publican dos ediciones, una de Aplicaciones Ingenieriles y una de Ciencias Naturales y Medio Ambiente.

En su versión digital, el lector tiene disponibles, 6 ediciones, correspondientes a las revistas publicadas desde el 2009 hasta diciembre del 2011. El Editor General de la revista es el Dr. Xavier Ochoa, docente de la FIEC y Director del Programa de Investigación en Tecnologías de la Enseñanza y el Aprendizaje del Centro de Tecnologías de Información (CTI).

Los contenidos disponibles en la versión digital, se pueden visualizar y descargar en formato PDF, a través de su sitio web.

En cuanto a temática, La RTE de Ciencias Naturales y Medio Ambiente, está dedicada a la publicación de artículos de investigación científica y desarrollo tecnológico, así como artículos de opinión y revisiones bibliográficas; cuyo objetivo es contribuir con la descripción, evaluación, conservación, transformación y manejo de los recursos naturales.

Por otro lado, La RTE de Aplicaciones Ingenieriles tiene como objetivo publicar artículos de investigación científica y desarrollo tecnológico, así como artículos de opinión y revisiones bibliográficas; relacionados con los ámbitos y aplicaciones de Ingeniería.

El alcance y campo de acción de la revista RTE, está claramente definido y dentro de este contexto, evaluando los dos artículos desarrollados por EDCOM, ninguno de los dos textos tiene temáticas apropiadas para el alcance y ámbitos enmarcados en la revista RTE.

Por otro lado, la revista Investigación & Desarrollo, es desarrollada por el Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT). Su Director General es el Ph.D. Jorge Calderón. Esta publicación, creada en 1994, pasó de ser un boletín informativo del CICYT, a convertirse en el 2000, en una revista de difusión científica. Se publica cada año de forma impresa y en su sitio web están disponibles los boletines correspondientes a 1994, 1998 y 1999, más las ediciones de la revista desde el 2000, hasta la última publicación correspondiente a diciembre del 2011.

En su sitio web, existe la opción de visualizar o descargar artículos individuales y también la revista completa; sin embargo, la descarga de la revista, está mal administrada ya que no permite terminar la descarga.

Esta revista define claramente su propósito, a través de su política editorial; Investigación & Desarrollo es una revista de difusión científica, dedicada a exponer la filosofía, estrategias y visión de los investigadores de la ESPOL. Con esta definición, el alcance y temáticas de los artículos incluidos en la revista es más extensa y no tan particularizada como lo que sucede con la RTE.

Por este motivo, en la revista Investigación & Desarrollo, los dos artículos desarrollados por docentes de EDCOM, tuvieron un espacio para ser difundidos.

Sin embargo, para que un artículo se acople de manera eficiente a una revista indexada, es fundamental que tenga un espacio acorde a las secciones y temas desarrollados en el contexto de la publicación. Es un grave error, incluir un artículo que rompa el eje central de una revista temática. Esta situación ocurrió con la inclusión de los dos artículos de EDCOM presentes en la revista Investigación & Desarrollo, publicada en diciembre del 2011.

Los dos textos cumplen con las normas básicas de contextualización del tema, uso de gráficos explicativos y determinación de fuentes de información. Sin embargo, desarrollan en gran medida los antecedentes, a través de la historia del videojuego y ejemplos de comics en la enseñanza; pero no involucran el objetivo primordial de transmitir los avances logrados por toda la Unidad Académica en sus investigaciones.

Es fundamental recordar que estos artículos serán leídos no sólo por personal de ESPOL, sino que están disponibles para todo el panorama científico-investigativo mundial. Por ello, se desperdició una gran oportunidad de difundir dos temas en los que, tanto a nivel de docentes como de estudiantes, EDCOM ha logrado grandes avances. Por ejemplo, en el campo de los videojuegos, en lugar de haber utilizado más de la mitad del desarrollo para hablar de la historia y antecedentes de los videojuegos, información ampliamente difundida en internet, se perdió la ocasión de proyectar al mundo, las excelentes iniciativas de EDCOM en el desarrollo de videojuegos y aplicaciones tecnológicas.

Basados en el concepto general de la revista, los dos artículos de EDCOM fueron aceptados. Sin embargo, para la estructura de una revista indexada, romper el eje temático, constituye una grave falencia. La siguiente es la estructura temática desarrollada en la revista Investigación & Desarrollo de diciembre del 2011.

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LA ESPOL 2011 - 2020: UNA PRIMERA APROXIMACIÓN AL FUTURO; Pag(s):6; Autor(es): Washington Macías P. Lic., Jorge Calderón V. Ph.D.

DESARROLLO DE LA FÍSICA CUÁNTICA - APLICACIONES; Pag(s):6; Autor(es):  
Mayken Espinoza A. Ing., Peter Iza T. Ph.D.

MERCADO DE TRABAJO EN EL ECUADOR Y SU ANÁLISIS DESDE LA  
OFERTA LABORAL; Pag(s):6; Autor(es): Alicia Guerrero M. MSc., Ramón Villa C.  
Eco.

DESARROLLO DE UN GUIÓN DE VIDEOJUEGO PARA DISPOSITIVOS  
MÓVILES; Pag(s):9; Autor(es): Marcelo Báez M. Mcpct.

LAS RADIACIONES ELECTROMAGNÉTICAS NO – IONIZANTES Y SUS  
EFECTOS EN LA SALUD PÚBLICA; Pag(s):8; Autor(es): Miguel Yapur A. M.Sc.

EL CÓMIC: MEDIO EDUCOMUNICATIVO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA;  
Pag(s):6; Autor(es): José Santibáñez V. Mcpct.

VINCULACIÓN ENTRE LAS UNIVERSIDADES Y EMPRESAS  
ECUATORIANAS: CUANDO INNOVAR ES LA ÚNICA OPCIÓN PARA  
SOBREVIVIR; Pag(s):5; Autor(es): Samia Tacle G. MSc.

LAS ESCUELAS DE NEGOCIOS Y LAS INCUBADORAS, SU SURGIMIENTO  
ESPONTÁNEO Y PROBLEMÁTICA: BREVE APROXIMACIÓN AL CASO  
ECUADOR; Pag(s):10; Autor(es): Pedro Zanzzi D. Ph.D.

Al analizar los temas, se destaca de inmediato el enfoque general de la revista Investigación & Desarrollo, que al ser publicada por el CICYT, tiene como eje principal, tratar temas de importancia para sus áreas investigativas. Si bien es cierto que los dos artículos de EDCOM, involucran investigación, resulta poco pertinente agruparlos en una estructura temática en la que no tienen relación.

Esto provoca de inmediato, aversión al lector, debido a que, colocar un artículo sobre videojuegos y otro sobre comics, entre investigaciones sobre Física Cuántica y estudios sobre la Radiación Electromagnética, genera un cambio brusco, que rompe por completo el eje temático de la revista.

Retomando el análisis de la revista RTE, considerando que ha sido desarrollada durante 36 años, el hecho de que EDCOM no haya publicado ni un sólo artículo en dicha revista, representa un mal precedente para la Unidad Académica.

Es un error argumentar que esto sucede debido a la temática abordada por RTE. Con esta actitud se estaría alimentando el estereotipo nocivo de que EDCOM sólo aborda aspectos relacionados con el dibujo, la pintura o temas humanísticos.

La respuesta a este problema se encuentra en las propias carreras de EDCOM, que reflejan los distintos panoramas que pueden ser tratados por sus docentes; grupo de profesionales, especializados y expertos en sus campos de acción. Por ello, en la RTE de Aplicaciones Ingenieriles, sólo tomando como referencia el área de Sistemas de Información, Diseño Web y Aplicaciones Multimedia, se determina que hay un enorme potencial de temas que se pueden tratar, englobando los proyectos realizados, tesis de grado, análisis y más.

En cuanto a la RTE de Ciencias Naturales y Medio Ambiente, existen un número importante de trabajos y tesis desarrollados en EDCOM, que involucran campañas medioambientales y elementos audiovisuales, a través de cortometrajes, publicidad y documentales, que no sólo se preocupan de la parte técnica, sino que vienen acompañados de estudios detallados del contexto ecológico involucrado en cada proyecto.

Entonces, tanto los estereotipos limitantes junto con la falta de artículos publicados, determinan la escasa injerencia de EDCOM en las dos revistas indexadas de ESPOL.

Sin embargo, no hay que pensar solamente en escribir para la propia universidad. La proyección internacional debe ser el objetivo primordial del desarrollo investigativo, por ello, a través del Plan de Comunicación, se plantean acciones pertinentes para involucrar por primera vez a EDCOM en la producción editorial internacional de revistas y sistemas de indexación.

Los Sistemas de Indexación representan la principal fuente internacional de prestigio para las publicaciones científicas.

La presencia en estas bases de datos de revistas editadas en países de la Comunidad Iberoamericana ha sido tradicionalmente muy escasa, pero ha mejorado notablemente en los últimos años, gracias a las aplicaciones, servicios y métodos desarrollados por los líderes editoriales de investigación científica como ELSEVIER y Thomson Reuters Institute for Scientific Information (ISI).

Dentro de la comunidad científica-investigativa, se ha determinado que la información bibliográfica, contenida en estos índices, define la corriente principal de la ciencia a nivel internacional, debido a que aporta garantías de alta calidad en el valor de sus datos.

Thomson Reuters ISI, brinda asistencia a profesionales en todas las etapas de investigación y desarrollo, desde el descubrimiento y el análisis, hasta el desarrollo y la distribución de productos científicos.

Los recursos de Thomson Reuters brindan las herramientas que necesita todo investigador, para acceder a información de primera calidad, abarcando más de 250 disciplinas, en el campo de las ciencias exactas, las ciencias sociales, las artes y las humanidades.

Mediante una variedad de productos multidisciplinarios, se tiene acceso a información actual y retrospectiva de aproximadamente 8.500 publicaciones revisadas por prestigiosos científicos. Dichas publicaciones representan alrededor de 1.3 millones de artículos y de 30 a 35 millones de citas bibliográficas anuales.

Más de 5.000 instituciones y más de 20'000.000 de usuarios en más de 98 países, hacen uso de la plataforma Thomson Reuters ISI.

Los recursos de Thomson Reuters también incluyen 2.000 libros, más de 400.000 documentos Web y una lista de aproximadamente 14.000 revistas (Journals). Entre sus servicios se encuentran: ISI Web of Science (WoS), con este recurso, los investigadores de las instituciones, pueden buscar información actual o retrospectiva relacionada con todas las áreas de la ciencia, en aproximadamente 9.300 revistas de investigación de alto impacto en el mundo.

Además, a través de Century of Science, también se puede acceder a contenido científico multidisciplinario desde 1.900 hasta la actualidad.

Otro recurso imprescindible, es el Journal Citation Reports (JCR), que ofrece un medio sistemático y objetivo para evaluar de manera analítica, las revistas más importantes del mundo. Es el único recurso de evaluación de revistas que brinda información estadística, al recopilar las referencias citadas (que suministran los propios autores de los artículos). El JCR permite medir la influencia y el impacto de las investigaciones realizadas (a nivel de revistas y categorías). Este recurso, es una herramienta esencial para conocer acerca del impacto y la influencia de las revistas en la comunidad investigadora global.

La misión básica del ISI, como compañía que publica bases de datos, es proporcionar una amplia cobertura de las investigaciones más importantes e influyentes a nivel mundial. Este compromiso se extiende a la evaluación e inclusión de revistas electrónicas en sus bases de datos.

El ISI evalúa y selecciona alrededor de 2.000 nuevos títulos cada año, aunque sólo incluye entre del 10% al 12% de ellos. The Thomson Reuters Journal Selection Process establece exhaustivos criterios de calidad en la evaluación de las revistas, como: requisitos básicos de publicación, contenido editorial, apertura internacional de los autores y la citación de los datos asociada a la autoría.

La evaluación de la actividad investigativa se basa, en parte, en la calidad editorial de la revista científica donde se publica. El investigador necesita publicar en revistas que cumplan con los requisitos de calidad establecidos para que sus trabajos obtengan la difusión necesaria y sus artículos sean valorados positivamente por las agencias evaluadoras. Para que una revista sea indizada en Bases de datos e Índices reconocidos en su campo de investigación, debe cumplir con los requisitos de calidad mínimos establecidos. De ahí la importancia de que los artículos realizados por los docentes de EDCOM sean incluidos en las bases de datos del ISI.

En los directorios de revistas del ISI, solo consta una revista de Ecuador, la Revista Ecuatoriana de Neurología, editada por la Sociedad Ecuatoriana de Neurología.

Por su parte, ELSEVIER, fue fundado en 1880. Empezó como una editorial holandesa con proyección europea, dedicada a la investigación. Actualmente, ELSEVIER es el editorial más importante y de mayor producción científica a nivel mundial. ELSEVIER ofrece servicios a más de 30 millones de científicos, estudiantes, profesionales e investigadores.

ELSEVIER es una comunidad global de más de 7.000 editores de revistas, 70.000 editoriales, 300.000 expertos investigadores y más de 600.000 autores. Impulsa la innovación, mediante la entrega de contenido autorizado, con tecnología de vanguardia, permitiendo a sus usuarios encontrar las respuestas que necesitan de la manera más eficiente y verificada.

ELSEVIER es el editorial principal de artículos, análisis y obras de científicos ganadores de Premios Nobel, quienes ahora son editores y miembros de su grupo de evaluación permanente.

ELSEVIER ofrece el servicio ScienceDirect y Scopus, recursos online que permiten acceso, búsqueda y publicación de artículos en todo el material editado y relacionado a ELSEVIER. Con más de 7 millones de artículos completos y más de 60 millones de citas bibliográficas, en todas las áreas de investigación. Las revistas publicadas por el Grupo ELSEVIER incluyen: Academic Press, Pergamon, W. B. Saunders, Mosby, North Holland, Churchill Livingstone, JAI y ESME, entre otras.

La cobertura de ELSEVIER es más amplia que la del ISI World of Science, en cuanto a número de fuentes y cobertura documental. Hay que destacar que el sistema de selección de Scopus es menos restrictivo que el de ISI Thomson Reuters. Además acepta publicaciones seleccionadas por otros productores e incorpora todas las revistas incluidas en MEDLINE, por lo que su cobertura en Ciencias de la Salud es especialmente exhaustiva.

El Journal Citation Report, elaborado por Thomson Reuters Institute for Scientific Information (ISI), establece rankings anuales obtenidos a partir de las citas bibliográficas recibidas, aportando no sólo valores absolutos sobre su impacto, sino también, valores relativos por su posición dentro del conjunto de revistas citadas, en cada una de las agrupaciones disciplinares que establecen estas bases de datos.

Los datos varían según los años, pero siempre manteniendo cifras muy reducidas. Por ejemplo en 1992 el Science Citation Index recopiló 3.241 revistas, de las cuales 19 eran iberoamericanas: 7 españolas, 3 argentinas, 3 brasileñas, 3 mexicanas, 2 chilenas y 1 venezolana. En 1991, en el Social Science Citation Index se analizaron 2.703 revistas, sólo 9 iberoamericanas: 3 brasileña, 2 mexicanas y 1 de Argentina, Colombia, Costa Rica y España respectivamente. En un análisis sobre los datos de 1994, el número de revistas de la región incluidas en los índices del ISI era tan sólo de 49.

Otro estudio sobre la situación de 1996, presentaba 38 publicaciones latinoamericanas en la base de datos en línea Sci Search Expanded, mientras que tan sólo figuraban 10 de ellas en la versión en CD del SCI. De las 38 revistas, sólo 20 tenían factor de impacto. Se analizó la presencia de revistas latinoamericanas y caribeñas en los índices de citas del ISI durante el período 1961-2005. Se localizó un total de 121 títulos de revistas dadas de alta, distribuidos de la siguiente manera: 82 (el 68%) cubiertos por los servicios del ISI: El Science Citation Index (SCI), 23 por el Social Sciences Citation Index (SSCI) (19%) y 16 por el Arts & Humanities Citation Index (A&HCI) (13%). Sin embargo, de los 121 títulos, solamente 69 casos (57%) se encontraban vigentes en 2005, mientras que el 43% restante fue dado de baja a lo largo del periodo.

En una encuesta realizada en 1998, entre científicos mexicanos, principalmente de los campos de Física y Biología, el 86% consideraban muy importantes las revistas extranjeras como recursos de información, mientras que sólo el 23% adjudicaba esta consideración a las revistas mexicanas. Los físicos leían de forma regular una media de 4,6 revistas extranjeras por 0,6 mexicanas, y los biólogos 5,1 extranjeras por 1,4 nacionales.

En el caso de Latinoamérica, es muy importante el avance realizado por Chile, en el 2008, dentro de las bases del concurso del CONICYT, organismo chileno para el desarrollo de la ciencia, tecnología e investigación. En donde, para propiciar mecanismos de ayuda para la publicación de revistas científicas, se especificó que se dé prioridad a las revistas registradas en las bases de datos de Thomson Reuters (ISI) y de SciELO Chile y al año siguiente se incluyó también a Scopus de ELSEVIER.

El sistema colombiano Publindex contempla la homologación de las publicaciones extranjeras con la misma estructura de categorías, establecida para las nacionales, incluyendo en la categoría superior, requisitos relacionados con la posición de las publicaciones en el Journal Citation Report.

En España, la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) puso en marcha un proceso de evaluación a partir de una convocatoria pública realizada en octubre de 2007, para la evaluación voluntaria de la calidad de las revistas científicas españolas que deseen incorporarse a la herramienta de edición científica denominada RECYT (Repositorio Español de Ciencia y Tecnología). La evaluación se basó en una amplia sistematización de los criterios de calidad de las revistas científicas, elaborado por el Grupo de Investigación EC3: Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica de la Universidad de Granada. Sin embargo, aquellas revistas que solicitaron la evaluación de FECYT y que ya fueron indexadas en las bases de datos de Thomson Reuters y ELSEVIER, fueron eximidas del proceso de revisión, por considerar que su calidad estaba ya suficientemente avalada. En el sistema puesto en marcha por RECYT, el ingreso en el Nivel 1, exige expresamente que la revista debe estar indizada en las bases de datos ELSEVIER, SCI, SSCI o A&HCI, en la principal base de datos internacional de la especialidad y en la base de datos española del CSIC que le corresponda.

El proceso de evaluación abarca criterios cuantitativos y cualitativos: seguimiento de normas básicas, originalidad del contenido editorial, internacionalidad y análisis de citas recibidas. En Arte y Humanidades, el idioma inglés se considera menos importante, cuando la temática tratada no lo precise. En el caso de las Ciencias Sociales se valora además la cobertura geográfica.

Según el Ranking 2011-2012 de las mejores universidades del Mundo, realizado por QS World, la Universidad de Cambridge se ubicó como la mejor a nivel mundial. Las únicas instituciones de América Latina que aparecen en dicho ranking son la Pontificia Universidad Católica de Chile, en el puesto 250, la Universidad Autónoma de México que ocupa el puesto No. 169, empatando con la Universidad de Sao Paulo, luego viene la Universidad de Campiñas Brasil en el No. 235, la Universidad de Chile, en el puesto 262, la Universidad de Buenos Aires en el No. 270; todo dentro de un total de 300.

Estos rankings reflejan el nivel de excelencia de las instituciones educativas, su aporte y trascendencia a nivel mundial. El parámetro de publicaciones investigativas en revistas indexadas y proyección internacional tiene gran importancia al momento de realizar las evaluaciones. Los puestos concuerdan con el nivel de producción editorial analizado por los servicios de indexación del ISI y ELSEVIER.

En las diez mejores universidades predominan las instituciones de educación superior de Estados Unidos:

- 1.-University of Cambridge - Reino Unido
- 2.-Harvard University - Estados Unidos
- 3.-Massachusetts Institute of Technology (MIT) - Estados Unidos
- 4.-Yale University - Estados Unidos
- 5.-University of Oxford - Reino Unido
- 6.-Imperial College London - Reino Unido
- 7.-UCL (University College London) - Reino Unido
- 8.-University of Chicago - Estados Unidos
- 9.-University of Pennsylvania - Estados Unidos
- 10.-Columbia University - Estados Unidos

Son fundamentales los convenios de cooperación, por este motivo, se plantea la vinculación estratégica con las mejores instituciones. En primer lugar, con la Universidad de Cambridge, la mejor del mundo. A través de la vinculación de EDCOM al servicio Open Access Initiative de Cambridge, por medio del cual, todos los docentes pueden tener acceso a la biblioteca de la Universidad de Cambridge y a sus opciones de asistencia para la publicación de contenidos.

Open Access Initiative de Cambridge es un recurso digital, en línea, con acceso a miles de artículos revisados por pares, actas de congresos, así como informes técnicos, tesis y documentos de trabajo, datos de investigación y archivos multimedia. Open Access permite al autor pagar por la publicación de su artículo en la revista de su elección y a su vez tener acceso a las revistas y publicaciones de la Universidad de Cambridge.

También, se proyecta el vínculo con la tercera mejor universidad del mundo, Massachusetts Institute of Technology (MIT), a través de su servicio: MIT Press Journals, por medio del cual, los docentes tendrán acceso a todas las revistas realizadas por el MIT, con opciones para que los autores puedan publicar sus artículos en las áreas de su elección.

Lo que se desea conseguir, son los vínculos estratégicos más representativos y trascendentes a nivel profesional, que proyecten la importancia científica e investigativa de la Unidad Académica. Por ello, también se direccionan los nexos con otras importantes universidades de Estados Unidos, a través del acceso al Sistema Integral de Publicaciones de Universidades Norteamericanas (IPL2).

IPL2 es una organización de servicio de aprendizaje y enseñanza. En donde, miles de estudiantes y bibliotecarios de las mejores universidades de Estados Unidos: Universidad de Florida, Buffalo, Illinois, Pittsburgh, Drexel, Rutgers, Syracuse, UNC, UT Austin, Washington, entre otras, administran y mantienen las colecciones editoriales y de publicación de IPL2. Esta red permite el acceso a miles de revistas y periódicos desarrollados por las universidades asociadas y permite a los autores conocer en qué revistas indexadas, tienen posibilidad de publicar artículos. La suscripción es anual e incluye beneficios para los docentes, como invitaciones a congresos y foros de discusión.

Por medio de estas y otras opciones de conexión entre EDCOM y los más importantes sistemas de indexación, se plantea el vínculo directo de la Unidad Académica con la mayor comunidad científica del mundo. Además, el Plan de Comunicación presenta una lista detallada de revistas indexadas, clasificadas de acuerdo a las áreas de EDCOM, para que sus docentes puedan enviar sus artículos.

El proyecto no es restrictivo, la selección se puede categorizar por área, pero esto no significa que sólo los docentes pueden escribir de acuerdo a su profesión. Las revistas indexadas seleccionadas, permiten que ellos tengan oportunidad de escribir en todas las publicaciones, ya que las revistas de Arte y Humanidades abordan temas de Diseño, Arquitectura, Ciencias Sociales, Cine y Arte en general.

Las revistas en el área de Sistemas y Diseño Web también poseen enfoques sociales y artísticos, de igual forma, las revistas de Ciencias Sociales tienen secciones con enfoques artísticos. Situación que permite definir la proyección real de publicación de artículos, hechos por docentes de EDCOM. Son en total 55 revistas indexadas, reconocidas internacionalmente, las que ofrece el Plan de Comunicación.

## **2.3 Objetivos de la Investigación**

### **2.3.1 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.

### **2.3.2 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.

## **2.4 Plan de Muestreo**

### **2.4.1 Definición de la Población**

La población es definida como el conjunto que representa todas las mediciones de interés para el estudio. Mientras que la muestra es un subconjunto de unidades del total, que permite inferir la conducta del universo en su conjunto.

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.

#### **2.4.2 Definición de la Muestra**

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.

#### **2.5 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.

El tipo de entrevista desarrollado fue el de entrevistas dirigidas, en las que el entrevistador lleva toda la iniciativa, por lo tanto, selecciona el ritmo de la misma, las preguntas y los temas de los que se va a hablar, así como el orden de las mismas.

Las entrevistas dirigidas desarrolladas están diseñadas para los ámbitos de los profesionales escogidos, para obtener la información más relevante de cada área y su influencia en el tema de revistas indexadas.

## 2.6 Diseño de la Encuesta

**INDICACIONES**

Saludos cordiales. La presente encuesta tiene como finalidad determinar, entre los docentes de EDCOM, el nivel de conocimiento acerca de las revistas indexadas y la aceptación de nuestro Plan de Comunicación.

Marque con una X su respuesta y responda las siguientes preguntas donde sea necesario:

**1. Escriba su título universitario:** \_\_\_\_\_

**2. ¿Posee título de Máster?**  
SI  NO

Si su respuesta es SI, por favor indique el título del Máster:  
\_\_\_\_\_

Indique el año en que obtuvo la Maestría: \_\_\_\_\_

**3. ¿Actualmente, está cursando alguna Maestría?**  
SI  NO

Si su respuesta es SI, por favor indique el nombre de la Maestría:  
\_\_\_\_\_

**4. ¿Conoce acerca de las revistas indexadas?**  
SI  NO

**5. ¿Conoce cuántas revistas indexadas tiene ESPOL?**  
SI  NO

**6. ¿Estaría interesado en escribir artículos investigativos en revistas indexadas?**  
SI  NO

**7. ¿En qué áreas le gustaría escribir? (Puede seleccionar más de una opción)**

Artes y Humanidades  
 Ciencias Computacionales e Ingeniería  
 Ciencias Sociales



**EDCOM** \* ESCUELA DE DISEÑO +  
COMUNICACIÓN VISUAL  
"Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados"



Encuesta a docentes

### INDICACIONES

Saludos cordiales. La presente encuesta tiene como finalidad determinar, entre los docentes de EDCOM, el nivel de conocimiento acerca de las revistas indexadas y la aceptación de nuestro Plan de Comunicación.  
Marque con una X su respuesta y responda las siguientes preguntas donde sea necesario:

8. ¿Considera que en EDCOM hace falta establecer vínculos, parámetros y guías para la publicación de artículos en revistas indexadas?

SI  NO

9. ¿Considera necesaria la implementación de un Plan de Comunicación que permita a los docentes saber cómo publicar sus artículos en revistas indexadas?

SI  NO

10. ¿Cuáles de las siguientes opciones considera importantes para nuestro Plan de Comunicación? (Puede seleccionar más de una opción)

- Guía de formatos para publicar artículos
- Información sobre licencias de publicación
- Listado de revistas indexadas por área
- Criterios de selección de artículos

Encuesta a docentes



edcom • ESCUELA DE DISEÑO +  
COMUNICACIÓN VISUAL  
"Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados"

INDEXA  
EDCOM

## 2.7 Diseño de la Entrevista



**NOMBRE:** Mae. Ruth Matovelle  
**CARGO:** Directora de EDCOM  
**INSTITUCIÓN:** Escuela de Diseño y  
Comunicación Visual

Ficha técnica

1. ¿Cuál es la producción editorial del EDCOM, es decir el número de publicaciones realizadas por la Unidad Académica?
2. ¿Existe algún tipo de incentivo económico o académico para los docentes que publiquen en revistas indexadas?
3. Conocemos que EDCOM tiene asignado en su presupuesto un rubro para lograr que sus docentes e investigadores publiquen artículos en revistas indexadas. ¿Cuánto invierte la universidad para cumplir con este objetivo?
4. ¿Qué estrategias aplica la Unidad Académica para incentivar que sus docentes realicen publicaciones en revistas indexadas?
5. A futuro, ¿Existe algún proyecto relacionado con la producción editorial de la Unidad Académica?
6. ¿Estaría de acuerdo en que los Directivos de EDCOM, tengan a su disposición, un manual impreso y respaldado en CD con toda la información acerca contactos y detalles para lograr vínculos entre EDCOM y revistas indexadas de importancia mundial?



edcom ESCUELA DE DISEÑO +  
COMUNICACIÓN VISUAL  
"Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados"

INDEXA  
EDCOM



**NOMBRE:** Msig. Luis Rodríguez  
**CARGO:** Subdirector de EDCOM  
**INSTITUCIÓN:** Escuela de Diseño y  
Comunicación Visual

Ficha técnica

1. ¿Cuál es la producción editorial del EDCOM, es decir el número de publicaciones realizadas por la Unidad Académica?
2. ¿Existe algún tipo de incentivo económico o académico para los docentes que publiquen en revistas indexadas?
3. ¿Existen convenios entre EDCOM y revistas con proyección internacional?
4. ¿Qué estrategias aplica la Unidad Académica para incentivar que sus docentes realicen publicaciones en revistas indexadas?
5. A futuro, ¿Existe algún proyecto relacionado con la producción editorial de la Unidad Académica?
6. ¿Estaría de acuerdo en que los Directivos de EDCOM, tengan a su disposición, un manual impreso y respaldado en CD con toda la información acerca contactos y detalles para lograr vínculos entre EDCOM y revistas indexadas de importancia mundial?



edcom \* ESCUELA DE DISEÑO +  
COMUNICACIÓN VISUAL  
"Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados"

INDEXA  
EDCOM



**NOMBRE:** Mae. Fausto Jácome  
**CARGO:** Coordinador de Calidad de EDCOM  
**INSTITUCIÓN:** Escuela de Diseño y  
Comunicación Visual

Ficha técnica

1. ¿El año anterior se cumplió con el objetivo de publicar en revistas indexadas?
2. ¿Cuál es el rubro asignado por la ESPOL para el cumplimiento de este objetivo?
3. ¿Cómo se invierte este rubro?
4. ¿Cómo se mide la calidad de producción editorial de la Unidad Académica?
5. ¿Qué acciones toma la ESPOL si no se cumple con esta política de calidad?
6. ¿Estaría de acuerdo en que los Directivos de EDCOM, tengan a su disposición, un manual impreso y respaldado en CD con toda la información acerca contactos y detalles para lograr vínculos entre EDCOM y revistas indexadas de importancia mundial?



edcom® ESCUELA DE DISEÑO +  
COMUNICACIÓN VISUAL  
*"Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados"*

INDEXA  
EDCOM



**NOMBRE:** Ing. Edgar Salas Luzuriaga  
**CARGO:** Coordinador de Posgrados de EDCOM  
**INSTITUCIÓN:** Escuela de Diseño y  
Comunicación Visual

Ficha técnica

1. Como parte de la obtención del título de Máster, ¿Consta como requisito la publicación de artículos en revistas indexadas?
2. Considerando su experiencia en distintas áreas académicas. ¿Tiene conocimiento acerca de convenios que realicen otras facultades con revistas indexadas?
3. ¿Qué importancia tiene para la universidad y el docente la publicación de artículos en revistas indexadas?
4. Según su criterio, ¿Qué hace falta implementar en la ESPOL para la publicación de artículos en revistas indexadas?
5. A futuro, en el área de posgrados ¿Existe algún proyecto relacionado con la producción editorial de la Unidad Académica?
6. ¿Estaría de acuerdo en que los Directivos de EDCOM, tengan a su disposición, un manual impreso y respaldado en CD con toda la información acerca contactos y detalles para lograr vinculos entre EDCOM y revistas indexadas de importancia mundial?



EDCOM \* ESCUELA DE DISEÑO +  
COMUNICACION VISUAL  
"Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados"

INDEXA  
EDCOM

## 2.8 Interpretación de Resultados

Pregunta 1:

Título de Tercer Nivel:

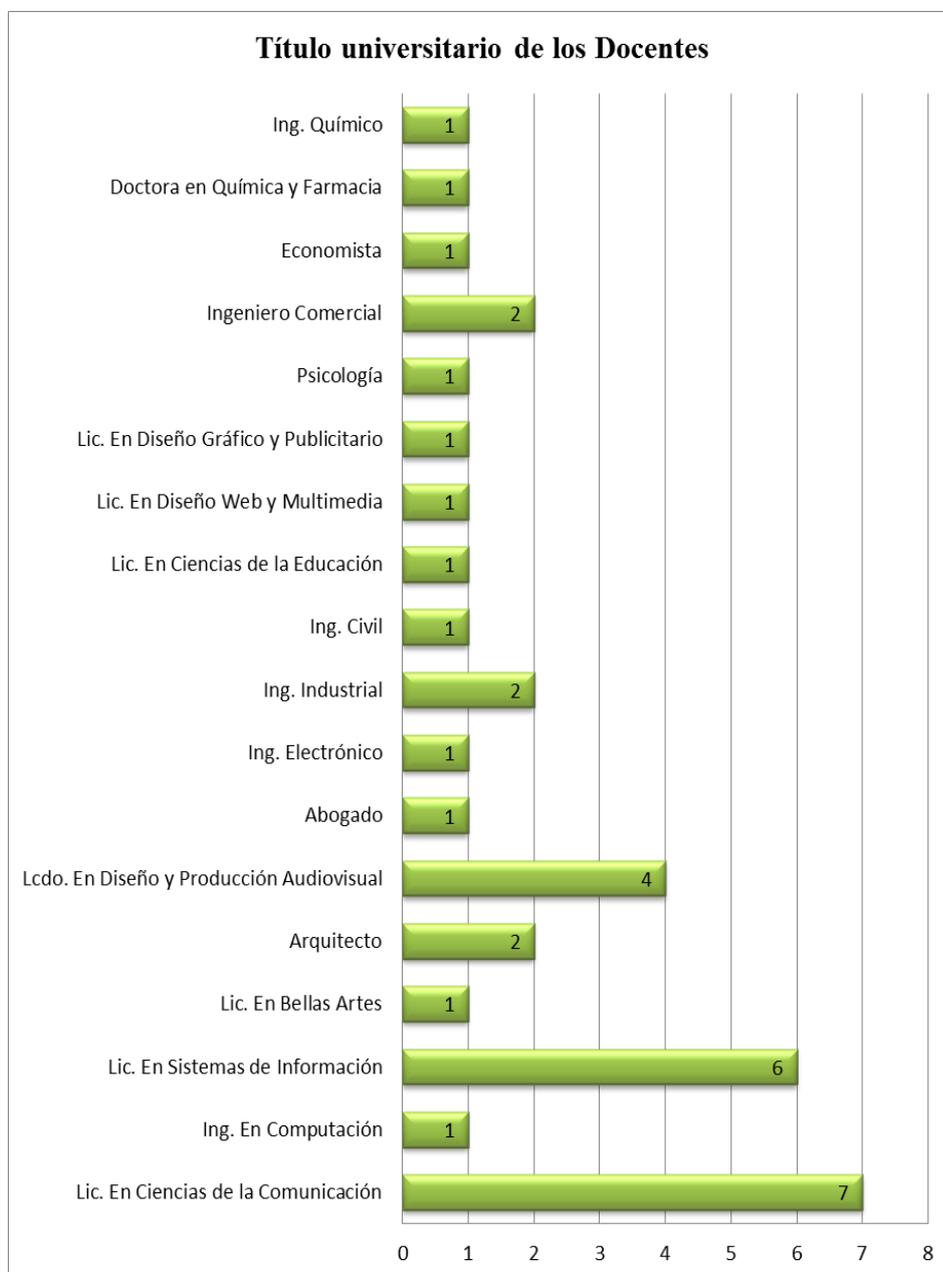


Gráfico 2-1. Título universitario de los docentes

**Pregunta 2:**

**Docentes con título de Máster**

De los docentes encuestados, el 66% posee título de Máster y el 34% no posee título de Máster.

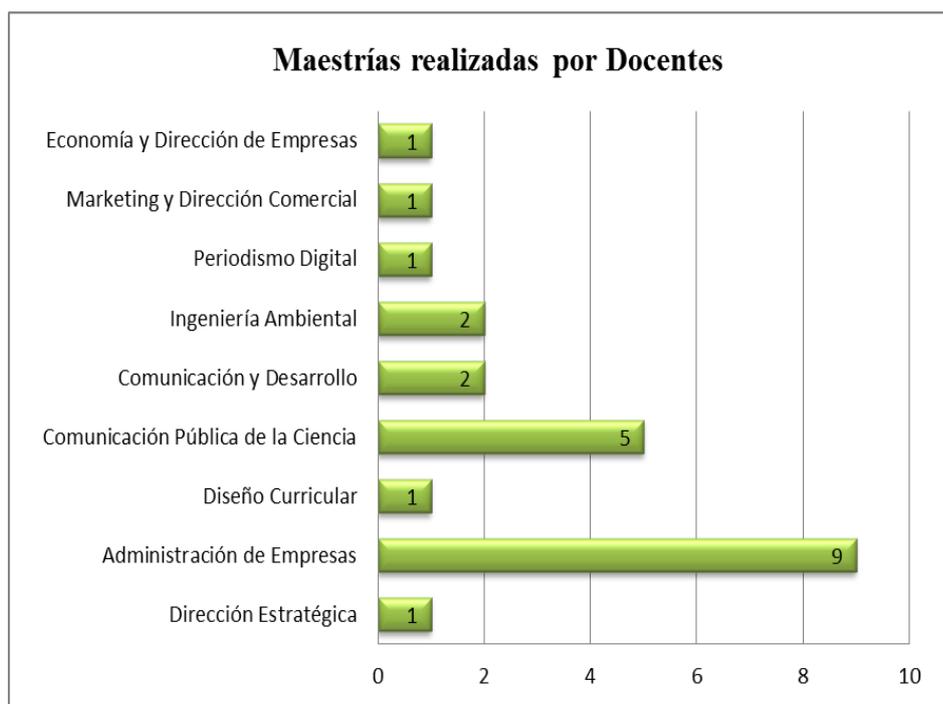


*Gráfico 2-2. Docentes con título de Máster*

**Título de la Maestría:**

De los encuestados, el 39% son Máster en Administración de Empresas, el 22% son Máster en Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología. El 9% son: Máster en Ingeniería Ambiental, Máster en Comunicación y Desarrollo, cada uno respectivamente.

El 5% son: Máster en Dirección Estratégica y Gestión de la Innovación. El 4% son: Máster en Periodismo Digital, Máster en Marketing y Dirección Comercial, Máster en Diseño Curricular, Máster en Economía y Dirección de Empresas.



*Gráfico 2-3. Maestrías realizadas por los docentes*

**Año de obtención de maestría:**

De los docentes encuestados, el 22% obtuvo su maestría en el 2012, el 18% en el 2008, el 13% en el 2004. El 9% obtuvo su maestría en los años 2002, 2005 y 2011. El 4% obtuvo su maestría en los años 1998, 2006, 2007, 2009 y 2010.

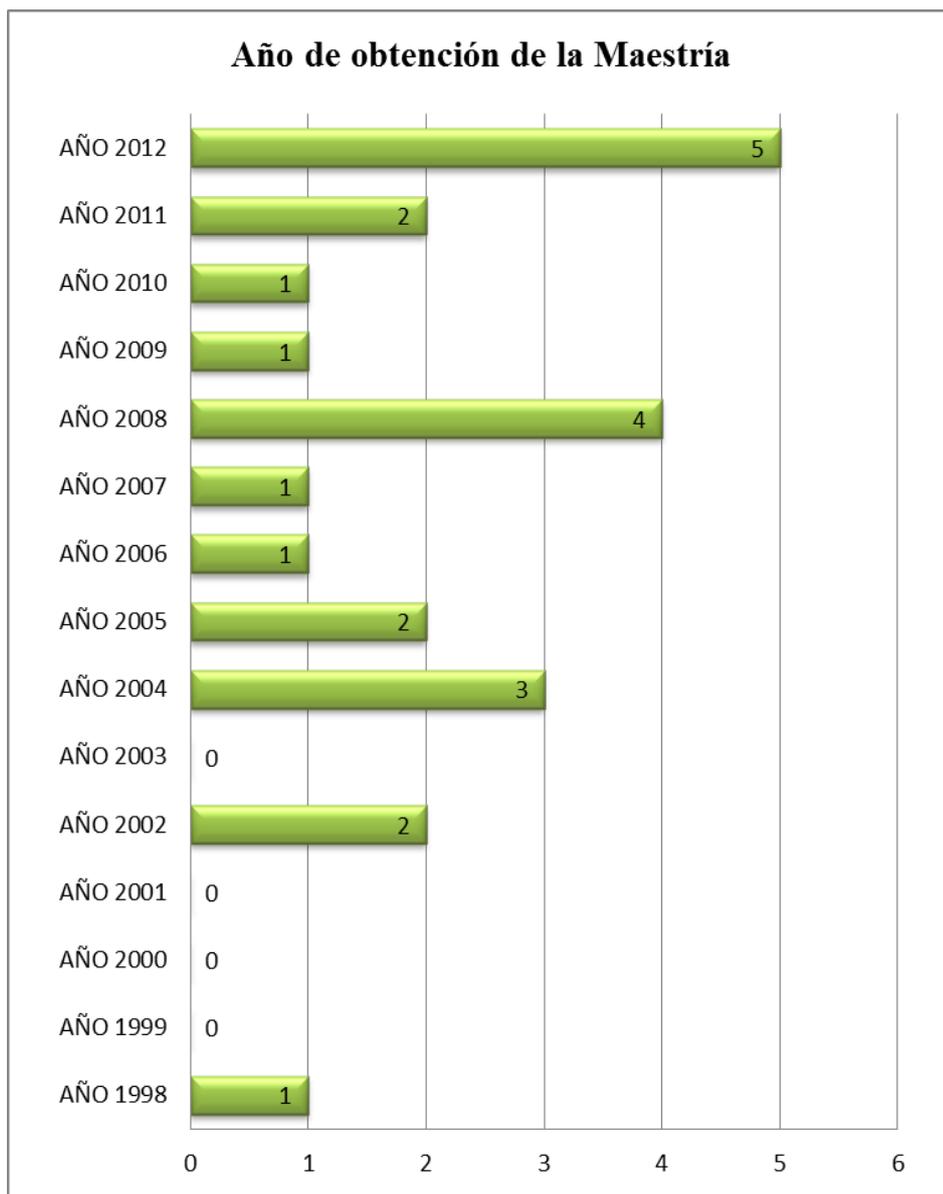


Gráfico 2-4. Año de obtención de la Maestría

**Pregunta 3:**

**Docentes que están cursando actualmente maestrías:**

De los docentes encuestados, el 66% sí están cursando alguna maestría y el 34% no están cursando alguna maestría.

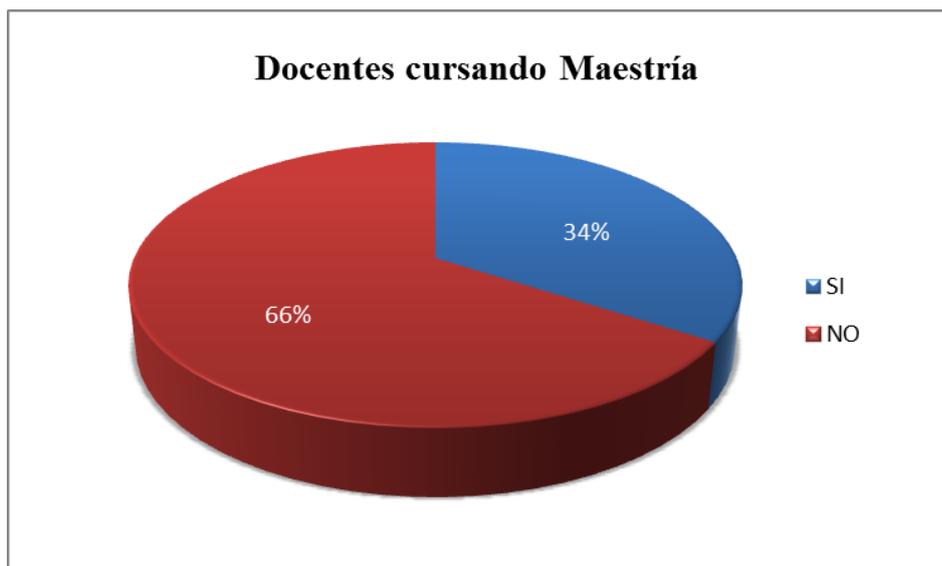


Gráfico 2-5. Docentes cursando Maestría

**Maestrías cursadas actualmente por los docentes:**

De los docentes encuestados el 75% está cursando la Maestría en Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología, impartida en ESPOL.

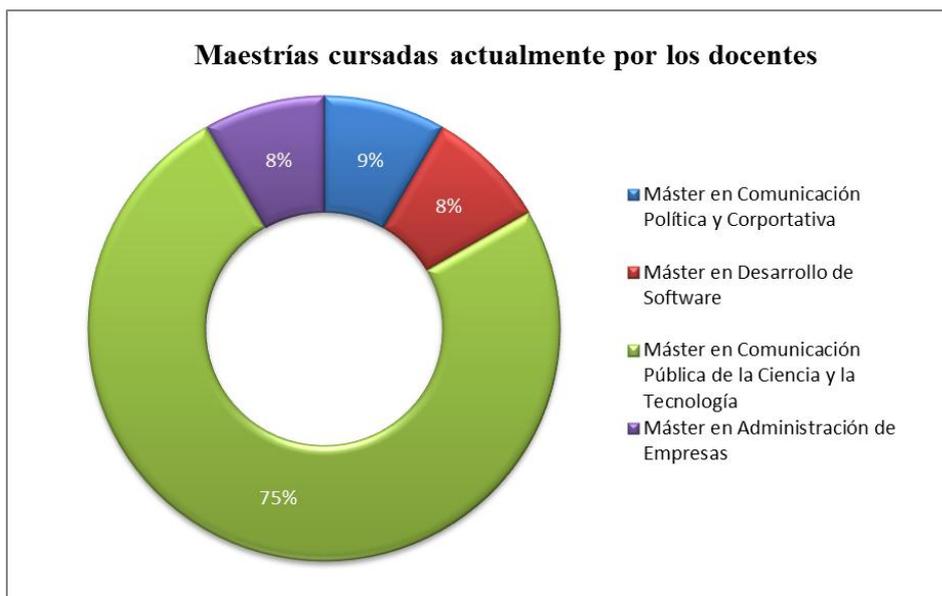
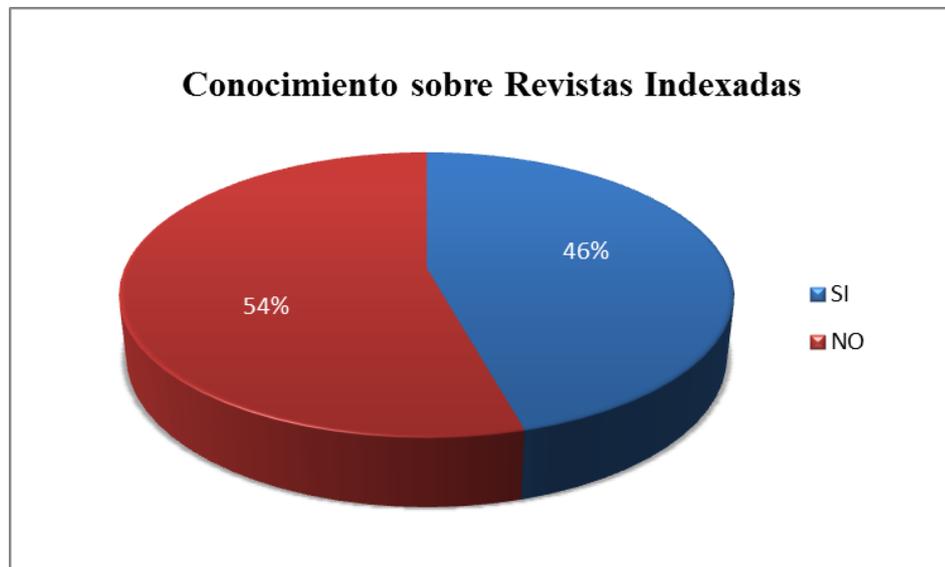


Gráfico 2-6. Maestrías cursadas actualmente por los docentes

**Pregunta 4:**

**Conocimiento acerca de revistas indexadas:**

El 54% de los docentes encuestados no conoce acerca de las revistas indexadas mientras que el 46% sí conoce acerca de ellas.

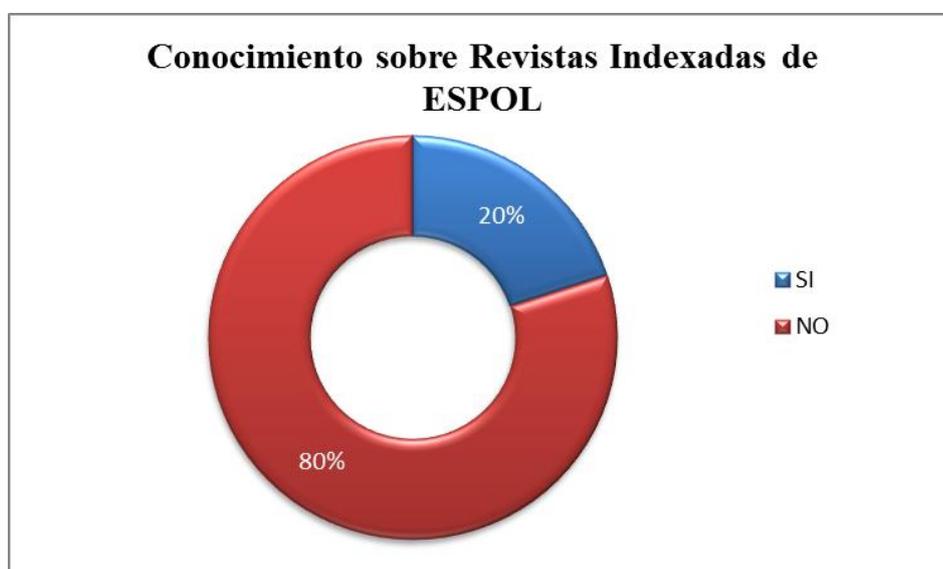


*Gráfico 2-7. Conocimiento sobre revistas indexadas*

**Pregunta 5:**

**Conocimiento acerca de las revistas indexadas de la ESPOL:**

El 80% de los docentes encuestados no conocen acerca de las revistas indexadas de la ESPOL, mientras que el 20% sí conoce acerca de dichas revistas.



*Gráfico 2-8. Conocimiento acerca de las revistas indexadas de ESPOL*

**Pregunta 6:****Interés acerca de escribir en revistas indexadas:**

El 94% de los docentes encuestados sí están interesados en escribir en revistas indexadas mientras que sólo el 6% no está interesado.



Gráfico 2-9. Interés acerca de escribir en revistas indexadas

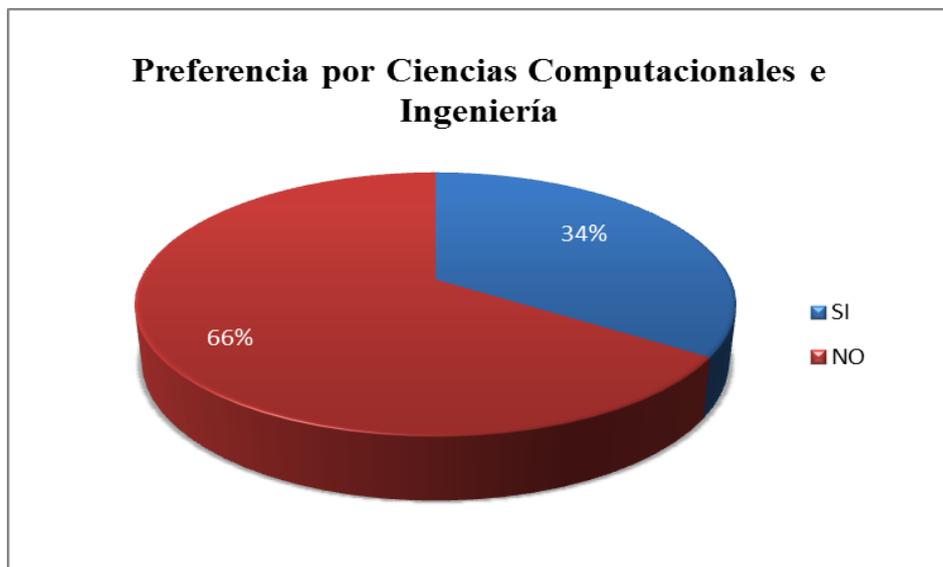
**Pregunta 7:****Áreas de Preferencia:**

El 51% de los docentes encuestados prefieren escribir en el área de Artes y Humanidades, mientras que el 49% no prefiere escribir en dicha área.



Gráfico 2-10. Preferencia por escribir en el área de Artes y Humanidades

El 66% de los docentes encuestados prefieren escribir en áreas de Ciencias Computacionales e Ingeniería mientras que el 34% no prefiere escribir en dicha área.



*Gráfico 2-11. Preferencia por escribir en el área de Ciencias Computacionales e Ingeniería*

El 57% de los docentes encuestados prefiere escribir en el área de Ciencias Sociales mientras que el 43% no prefiere escribir en dicha área.



*Gráfico 2-12. Preferencia por escribir en el área de Ciencias Sociales*

**Pregunta 8:**

**Vinculación de EDCOM con revistas indexadas:**

El 97% de los docentes encuestados consideran que sí hacen faltan vínculos entre EDCOM y revistas indexadas, mientras que 3% considera lo contrario.

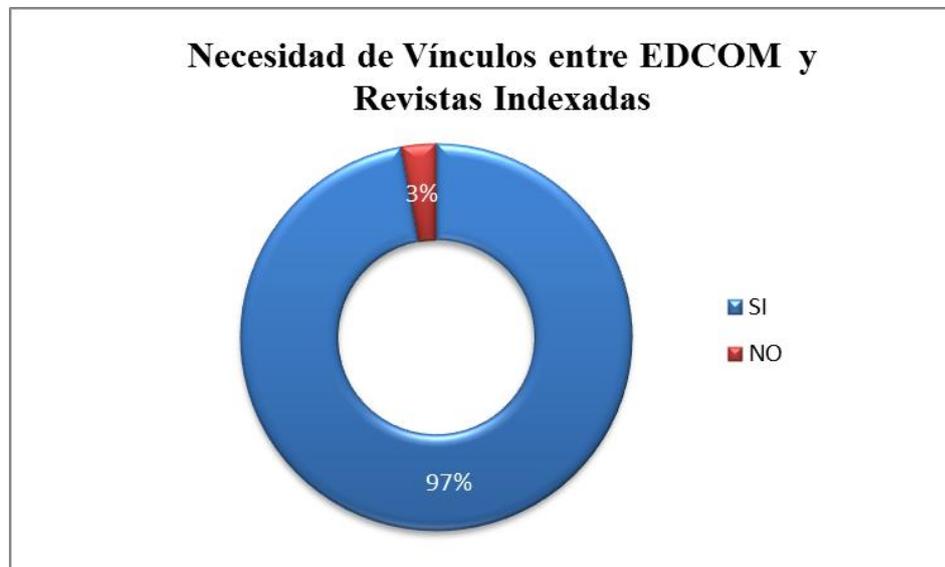


Gráfico 2-13. Necesidad de Vínculos entre EDCOM y revistas indexadas

**Pregunta 9:**

**Nivel de aceptación del Plan de Comunicación:**

El 100% de los encuestados está de acuerdo con la implementación de un Plan de Comunicación en EDCOM.



Gráfico 2-14. Nivel de aceptación del Plan de Comunicación

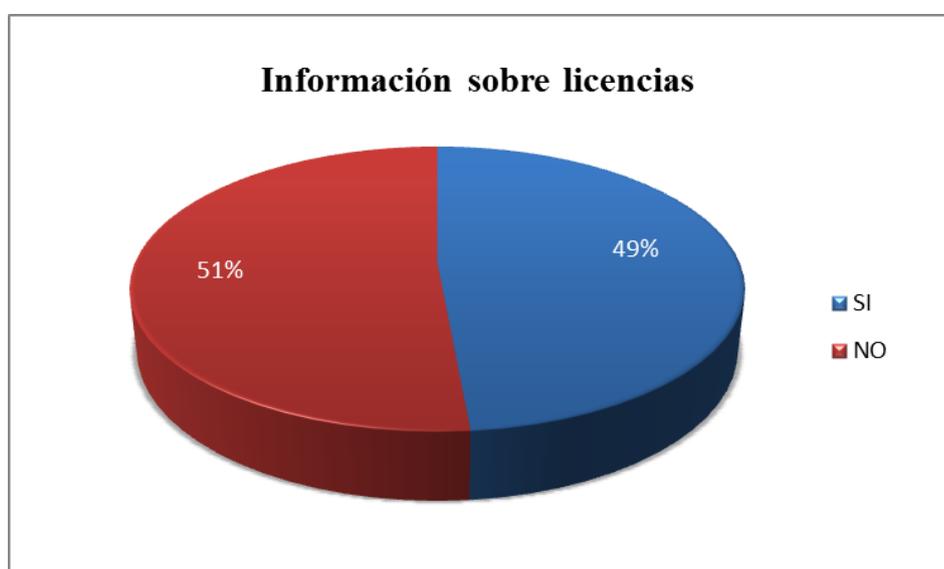
**Pregunta 10:****Aspectos del Plan de Comunicación:**

El 91% de los docentes encuestados consideran necesaria la inclusión del parámetro “Guía de formatos para publicación” dentro del Plan de Comunicación, mientras que el 9% no la consideran necesaria.



*Gráfico 2-15. Inclusión del aspecto: Guía de formatos para publicación*

El 51% de los docentes encuestados no considera necesaria la inclusión del aspecto “Información sobre licencias” mientras que el 49% sí la considera necesaria.



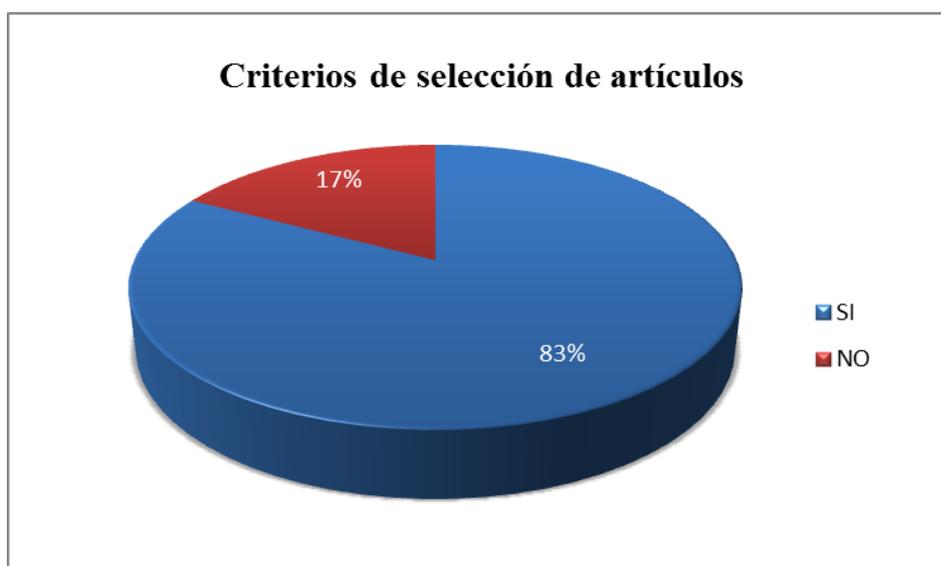
*Gráfico 2-16. Inclusión del aspecto: Información sobre licencias*

El 77% de los docentes encuestados considera necesario el Listado de revistas indexadas por área mientras que el 23% no lo considera necesario.



*Gráfico 2-17. Inclusión del aspecto: Listado de revistas indexadas por área*

El 83% de los docentes encuestados sí considera necesaria la inclusión del aspecto “Criterios de selección de artículos”, el 17% no la considera necesaria.



*Gráfico 2-18. Inclusión del aspecto: Criterios de selección de artículos*

## **2.9 Informe Final**

### **Entrevista a Mae. Ruth Matovelle – Directora de EDCOM.**

La gestión de Mae. Ruth Matovelle como Directora de EDCOM, más su experiencia y conocimientos acerca de las políticas implementadas en la Unidad Académica permitieron analizar y pormenorizar, detalles de mucha importancia para el desarrollo del tema de revistas indexadas en EDCOM. A continuación las citas técnicas:

“En ESPOL existe una política institucional general para incentivar la producción de artículos por parte de los docentes”.

“El Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CICYT) tiene asignado en su presupuesto, fondos para publicación y difusión de sus revistas indexadas, además, de un estímulo de \$600 para los autores de artículos”.

“En el caso de EDCOM, no se asigna ese presupuesto, sino que se indica como consideración, la autogestión de \$500. Este dinero no es para incentivar a los docentes que escriben, sino que es el monto total para lograr el objetivo de realizar publicaciones”.

“EDCOM logró publicar dos artículos en la revista indexada Investigación & Desarrollo, a pesar de la dificultad presentada por los editores de la publicación, que catalogan a los artículos realizados por la Unidad Académica, sólo como parte del área humanística, más no como desarrollo de ciencia y tecnología”.

“Existe un gran problema al momento de enviar artículos a las revistas indexadas de ESPOL, ya que sólo tienen una edición al año. Por ello, destinan un periodo único para entregar las propuestas de artículos. Si el trabajo no es aceptado, se debe esperar un año completo para volver a proponer artículos”.

“La propuesta de realizar un Plan de Comunicación para que los docentes tengan a su disposición la información necesaria para lograr publicaciones, representa una iniciativa muy valiosa y de gran ayuda para todo EDCOM”.

“Contar con una guía y herramientas interactivas para conocer información sobre cómo publicar en revistas indexadas, permitirá ampliar el panorama de nuestros docentes y evitar definitivamente los problemas y restricciones que existen en cuanto a temas y publicaciones”.

### **Entrevista a Msig. Luis Rodríguez – Subdirector de EDCOM**

La experiencia en el ámbito académico y administrativo del Subdirector de EDCOM, Msig. Luis Rodríguez, permitió conocer aspectos de mucha importancia relacionados a la situación actual de la producción editorial de la Unidad Académica y consideraciones de relevancia para el desarrollo del Plan de Comunicación sobre revistas indexadas.

A continuación las citas técnicas:

“EDCOM ha publicado dos artículos en la revista Investigación & Desarrollo del CICYT”.

“En cuanto a revistas indexadas, la asignación de recursos se destina principalmente al desarrollo de las revistas indexadas de ESPOL”.

“Para EDCOM, el objetivo de publicar en revistas indexadas, se define como de autogestión, con un valor de \$500. Autogestión significa que la Unidad Académica, mediante actividades como seminarios o convenios con empresas debe reunir recursos que permitan la autogestión de este valor”.

“Actualmente, no existen proyectos a futuro que contemplen la publicación de artículos de docentes en revistas indexadas”.

“La política de que los aspirantes a Máster realicen un resumen de sus trabajos de tesis, con un formato de artículo, es la única acción referente a revistas indexadas que se está aplicando en la Unidad Académica”.

“El problema al momento de presentar nuestros artículos en las revistas de ESPOL, se debe a que la temática abordada por dichas revistas, abarca principalmente temas de ingeniería”.

“Es una excelente iniciativa el proyecto de crear un Plan de Comunicación que ponga a disposición de Directivos y Docentes, toda la información necesaria para lograr publicaciones en revistas indexadas”.

“Un Manual para directivos y otro para docentes que contenga las pautas necesarias para conocer sobre revistas indexadas, representaría una gran herramienta para incentivar la realización de artículos”.

### **Entrevista a Mae. Fausto Jácome – Coordinador de Calidad de EDCOM**

La experiencia y conocimientos del Mae. Fausto Jácome y su trabajo como Coordinador de Calidad de EDCOM permitieron analizar el tema de revistas indexadas desde una perspectiva más amplia. A continuación las citas técnicas:

“ESPOL no asigna ningún valor para que los docentes publiquen, son las unidades quienes pueden asignar como actividad politécnica la publicación de artículos”.

“Es posible que la misma Unidad Académica realice autogestión”.

“Las revistas indexadas son quienes filtran los artículos y ponen los requerimientos, más no la Unidad Académica. Si no se cumplen dichos requerimientos, sencillamente no se aceptan los artículos”.

“Si no se cumplen los objetivos de publicar en revistas indexadas, la Unidad Académica abre un informe de No Conformidad (INC), lo cual significa una falta o incumplimiento en su sistema de calidad”.

“Para los docentes que desean publicar, contar con herramientas de información, será de mucha ayuda para conocer de antemano las fuentes disponibles y los calendarios de publicación”.

### **Entrevista a Ing. Edgar Salas Luzuriaga – Coordinador de Posgrados de EDCOM**

La experiencia y conocimientos del Ing. Edgar Salas Luzuriaga como docente en distintas facultades de ESPOL y su trabajo como Coordinador de Posgrados de EDCOM permitieron analizar el tema de revistas indexadas desde una perspectiva más amplia. A continuación las citas técnicas:

“En el área de Posgrados, desde el 2011, se estableció como requisito indispensable, que para sustentar la tesis, se debe presentar un artículo sobre el tema desarrollado que sea apto para publicar en revistas indexadas”.

“Al igual que los proyectos de la Facultad de Economía y Negocios (FEN) y la Facultad de Ingeniería Eléctrica y Computación (FIEC) para publicar sus propias revistas indexadas, EDCOM debe buscar la forma de impulsar la publicación de artículos en revistas indexadas”.

“Ahora ya no basta con tener un título profesional o decir soy Máster y punto. Actualmente, las políticas de Educación Superior, exigen que para la contratación de docentes, el postulante debe contar con artículos publicados en revistas indexadas”.

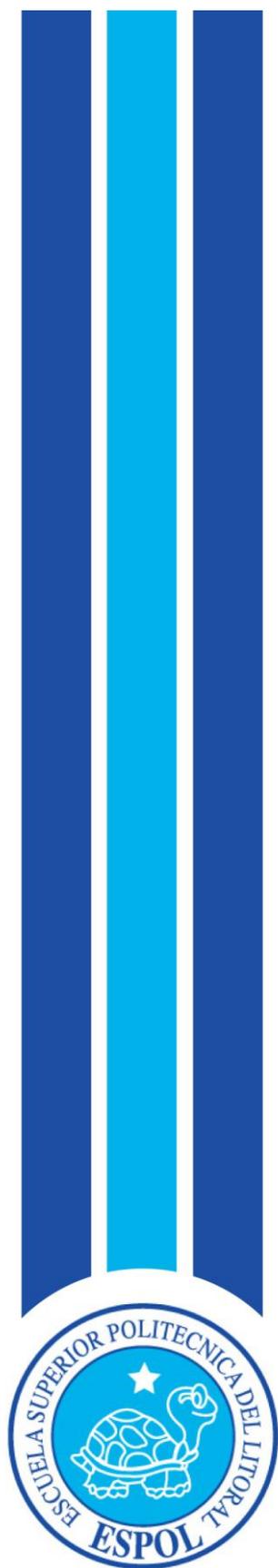
“Es necesario implementar un Plan de Comunicación eficiente y eficaz, en relación a las revistas indexadas, que llegue directamente a los docentes para contrarrestar el desconocimiento general sobre el tema. Esto es algo indispensable”.

## **2.10 Conclusiones de la Investigación**

- De los docentes encuestados, el 66% tiene título de Máster y el 34% no. Esta situación, debe superarse en el menor tiempo posible, puesto que la Ley de Educación Superior, exige que la totalidad de docentes universitarios tengan título de cuarto nivel.
- El 54% de los docentes encuestados no tiene conocimiento sobre revistas indexadas y el 80% 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.
- El 94% de los docentes encuestados están plenamente interesados en realizar artículos en revistas indexadas, dicha situación refleja que los profesores tienen una amplia disposición acerca de escribir en revistas con proyección internacional.

- El 57% de los docentes encuestados tienen interés en escribir en el área de Ciencias Sociales, esto demuestra la predisposición de los profesores para escribir en distintas áreas y no encasillarse sólo en sus especializaciones. El área de Ciencias Sociales ofrece la oportunidad de realizar análisis, estudios u opiniones acerca de distintos ámbitos investigativos.
- 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.
- 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.
- Es fundamental que los docentes de EDCOM desarrollen artículos investigativos, que aporten al desarrollo de la ciencia y la tecnología; para que no se catalogue a la producción editorial de la Unidad Académica, sólo como parte del área humanística.
- A partir del 2011, EDCOM exige a sus estudiantes de posgrado, que antes de sustentar una tesis, deben elaborar un artículo referente a su trabajo de investigación, para que sea publicado en alguna revista indexada. Quien no acate esta normativa no obtendrá fecha de sustentación.
- Al momento de la contratación de docentes, el Estado, establece parámetros de calidad a las universidades, entre los cuales, consta el número de publicaciones que el docente haya realizado.

- Actualmente, la calidad académica y profesional del docente no sólo se mide en base a los títulos que posea, sino también al número de publicaciones realizadas.
- La implementación de un 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.



## **CAPÍTULO 3** **PLAN DE DESARROLLO**

## **CAPÍTULO 3. PLAN DE DESARROLLO**

### **3.1 Antecedentes**

Como resultado de la investigación realizada se determinó que el 54% de los docentes encuestados desconocen acerca de las revistas indexadas. No obstante, el 94% de ellos desea escribir en dichas revistas; además, la totalidad de docentes consideran indispensable la creación de un Plan de Comunicación que los oriente y despeje sus interrogantes respecto al tema.

Es así que mediante la información obtenida en la investigación, se pudo determinar que el Plan de Comunicación cuenta con la demanda y aceptación necesaria para su ejecución.

A través del estudio previo, se logró reunir un conjunto de herramientas importantes para optimizar y mejorar la producción editorial de EDCOM.

De esta manera, basándose en las preferencias y necesidades de la Unidad Académica, se procederá al desarrollo de las estrategias de implementación del Plan de Comunicación; cuya finalidad es difundir tanto las bases de publicación como los motivos por los cuáles es necesario que EDCOM y sus docentes se involucren en el mundo de las revistas indexadas.

### **3.2 Análisis FODA**

#### **Fortalezas:**

- La apertura de los docentes para escribir en revistas indexadas, demuestra que son conscientes de lo importante y necesario que significa escribir en una revista indexada.
- Contamos con las herramientas necesarias para cubrir las necesidades de la Unidad Académica con respecto a la publicación en revistas indexadas.
- Contamos con capital humano plenamente capacitado para el desarrollo del Plan de Comunicación.

- Somos pioneros al incursionar en este campo, porque en EDCOM no se ha implementado ninguna acción similar en cuanto a publicaciones en revistas indexadas.

**Oportunidades:**

- Interés de parte de los directivos de EDCOM para la implementación del Plan de Comunicación, aspecto esencial para el desarrollo del proyecto.
- El creciente número de docentes con título de Máster. Esta situación aumenta nuestro campo de acción, ya que la experiencia como Máster es fundamental al momento de escribir en revistas indexadas.
- La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) en su planificación estratégica 2011-2014 tiene como objetivo aumentar en 75% la publicación de artículos, realizados por profesionales ecuatorianos, en revistas indexadas. Esto beneficia enormemente nuestro Plan de Comunicación ya contamos con el respaldo de las políticas educativas nacionales.

**Debilidades:**

- El desconocimiento de los docentes acerca de dónde escribir sus artículos, esta situación constituye una gran falencia que retrasa el avance y desarrollo de EDCOM como Unidad Académica.
- La falta de vínculos y convenios entre EDCOM y sistemas de indexación con proyección internacional, origina la ausencia de datos requeridos para el desarrollo del proyecto.

**Amenazas:**

- El dinero asignado a EDCOM, para la realización de publicaciones, no es suficiente, en comparación con el presupuesto destinado a otras facultades de ESPOL que sí cuentan con la asignación de recursos para la ejecución y desarrollo de proyectos relacionados con revistas indexadas.

- Las políticas editoriales de las revistas indexadas de ESPOL no dan la debida apertura a los artículos de áreas humanísticas. Situación que limita la participación de EDCOM en la publicación de artículos.

### **3.3 Implementación**

#### **3.3.1 Introducción**

El Plan de Comunicación está orientado a ofrecer soluciones para difundir en toda la Unidad Académica, los aspectos más importantes sobre revistas indexadas; con la consigna de afianzar el tema como eje fundamental de trabajo colectivo en EDCOM.

A través del Plan de Comunicación, se desarrollará en EDCOM un conjunto de estrategias comunicativas, utilizando los medios más eficaces de difusión de información que permitirán, tanto a Docentes como Directivos, tener a su disposición detalles sobre vínculos, características de revistas, conceptos y lineamientos, bases legales, procedimientos y detalles de vital trascendencia para impulsar la producción editorial de EDCOM y a su vez, proyectar el desarrollo investigativo de la Unidad Académica a nivel internacional.

Cuando se maneja un Plan de Comunicación, implementado para resolver un problema de falta de información o desconocimiento sobre un tema, se deben responder las seis preguntas clave: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?, referentes al tema en cuestión. En nuestro caso, el eje principal son las revistas indexadas.

El Plan de Comunicación abarca el manejo eficiente de la información, desarrollando estrategias comunicativas que combinen de manera armoniosa, componentes y aspectos visuales con el desarrollo de la información y contenido escrito. De esta forma, a través de la implementación del Plan de Comunicación, cada aspecto vinculado a las revistas indexadas será de conocimiento general y el seguimiento de las líneas de acción establecidas, permitirá que EDCOM destaque por su vinculación internacional y un número creciente de artículos realizados por sus docentes, publicados en revistas indexadas.

### **3.3.2 Estrategias**

Para la implementación del Plan de Comunicación es fundamental la elección de los tipos de estrategias:

#### **Estrategia de contacto personal:**

Es un canal que no puede controlarse, pero a la vez es altamente influenciable. Consiste en establecer y transmitir directa y personalmente la comunicación de la información, a todas las personas de la organización. Es importante que los involucrados estén plenamente capacitados para que el mensaje no se distorsione y para mejorar las relaciones interpersonales.

Es decir, en la implementación del Plan de Comunicación, el uso de estrategias de contacto personal significa establecer contacto directo entre los creadores del Plan, Directivos y Docentes, desarrollando los medios más eficientes de entablar diálogo y generar retroalimentación.

#### **Estrategia de canales de comunicación masivos:**

Implica manejar la comunicación interna, mediante una sola entidad que desarrolle de modo exclusivo los mensajes a transmitir. Para esto, es preciso que el grupo de trabajo encargado de esta función esté plenamente capacitado. Esta estrategia determina que los creadores del Plan dirijan las acciones y resoluciones relacionadas al manejo y difusión de la información.

Como responsables del desarrollo del Plan de Comunicación, definimos los medios y estrategias a implementar; sin embargo, es fundamental resaltar que además de relacionarse directamente con Directivos y Docentes; la colaboración y trabajo en conjunto con el Departamento de Posgrados de EDCOM, es de mucha importancia para la implementación del Plan, porque dicho Departamento, maneja información esencial acerca del tema y fue responsable de las gestiones para la publicación de los dos artículos de EDCOM en la Revista Investigación & Desarrollo. Por ello, dentro de las estrategias, se coordinará con el Departamento de Posgrados, acciones eficaces para impulsar el Plan de Comunicación.

Establecidos los tipos de estrategias, se procede al desarrollo de las tres etapas que conforman el Plan de Comunicación y sus acciones correspondientes.

### **3.3.3 Primera Etapa: Difusión**

Iniciar el plan implica utilizar tanto estrategias de contacto personal como de difusión por medios masivos. El comienzo del Plan engloba difundir conocimientos, despejar dudas, direccionar y diferenciar qué información está destinada para los Directivos y cuál para los Docentes.

Para los Directivos de EDCOM, el Plan de Comunicación brindará la información necesaria para que conozcan cuáles son los vínculos que la Unidad Académica puede establecer con las más prestigiosas instituciones y organizaciones relacionadas con la indexación de revistas. Esto incluye, difundir una lista detallada de las instituciones y organizaciones con las que EDCOM puede pactar vínculos, a través de adquisición de servicios, afiliación o suscripción. Esta información contiene: descripción de los vínculos, contactos, duración y costos. De esta forma, los Directivos de cada área, tendrán pleno conocimiento de la importancia de estas vinculaciones, ya que de concretarse alguno de estos nexos, proyectará el trabajo de la universidad en el panorama científico-investigativo mundial.

Tanto Directivos como Docentes deben conocer:

- ¿Qué son las revistas indexadas?
- ¿Cuál es la importancia de las publicaciones indexadas para la Unidad Académica?
- ¿Qué entidades se relacionan con la indexación de revistas?
- ¿Cuál son las revistas indexadas de ESPOL?
- ¿Qué guías y formatos deben conocer los Docentes para publicar sus artículos?
- ¿Dónde pueden publicar sus artículos?
- ¿Cuáles son los aspectos legales que deben considerar los Docentes al momento de publicar sus artículos?

Para los Docentes de EDCOM, la primera etapa del Plan de Comunicación, brindará la información necesaria para que conozcan las respuestas a estas preguntas, incentivando el interés por el desarrollo de artículos investigativos, no sólo en las revistas indexadas de ESPOL, sino que en un conjunto importante de revistas indexadas internacionales.

El Plan de Comunicación tendrá como nombre general: **INDEXA EDCOM**. Con el cual se manejarán todas las estrategias de comunicación de las diferentes etapas y cada una tendrá su respectiva línea gráfica.

### **3.3.3.1 Acciones**

Para poder difundir los conocimientos necesarios sobre revistas indexadas, tanto a Directivos y Docentes; aplicando las estrategias explicadas previamente, se implementarán las siguientes acciones para desarrollar la primera etapa del Plan de Comunicación.

#### **3.3.3.1.1 Video de Introducción**

La acción que dará inicio al Plan de Comunicación será un video de introducción, a modo de avance global, que tiene como objetivo generar expectativas en la Unidad Académica. Dicho video será puesto como protector de pantalla en los computadores de los profesores, días antes del inicio de las demás acciones, con la finalidad de crear amplia expectativa en la Unidad Académica por conocer el contenido del Plan. A continuación detallamos el proceso de producción del video:

#### **Pre-Producción**

Comprende desde el momento en el que nace la idea hasta que empieza la elaboración. El mayor esfuerzo productivo se realiza en esta fase. En este caso, lo primero que se hizo fue definir la idea del video. Consiste en una animación 2D, que utiliza textos, imágenes y movimientos rápidos. Para esto se necesita un guión literario que sirva de referencia para los tiempos de cada animación. Esta labor puede tomar hasta una semana de trabajo. Para un mayor detalle del trabajo realizado se presenta el Guión Literario y el Storyboard o Guión Gráfico del video. A continuación el Guión Literario:

## **VIDEO DE INTRODUCCIÓN PLAN DE COMUNICACIÓN INDEXA EDCOM**

**Duración:** 20”

### **LOCUTOR (VOZ EN OFF)**

Proyecta tus artículos de investigación al mundo.

**(Pausa)**

Preguntas: ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué?

**(Pausa)**

Todo sobre las revistas indexadas, lo encontrarás en el Plan de Comunicación INDEXA EDCOM.

**(Pausa)**

¡Tu futuro empieza ahora!

**Guión Gráfico:** *Ver Anexo 0-1: Video de Introducción del Plan de Comunicación INDEXA EDCOM.*

### **Producción**

En el caso de una animación, la producción consiste básicamente en la elaboración de las pistas de audio y la grabación de la locución (Voz en Off). Será necesaria la colaboración de un estudio de sonido adecuadamente equipado y de una persona que hará la función de locutor. Esta labor toma un día de trabajo.

### **Post-Producción**

La post-producción es una parte fundamental, ya que es donde se acopla el sonido grabado y las pistas de audio con el video en sí. En esta etapa se necesitará una computadora equipada para Edición de Audio y Video, en la cual se trabajará con diversos programas. Los más comunes son:

- Adobe After Effects, para la animación de gráficos.
- Final Cut (Mac) o Adobe Premiere (PC), para la edición del video y el montaje del sonido.

Esta labor puede tomar hasta dos semanas de trabajo.



*Figura 3-1. Ejemplos de dónde se difundirá el video de introducción*

### **3.3.3.1.2 Manual de Vínculos para Directivos**

Consiste en el desarrollo de un Manual de Vínculos para Directivos, por medio del cual, tendrán total acceso a los aspectos más importantes para vincular a EDCOM con prestigiosas organizaciones relacionadas con la indexación de revistas y desarrollo de ciencia e investigación. Los Directivos:

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.

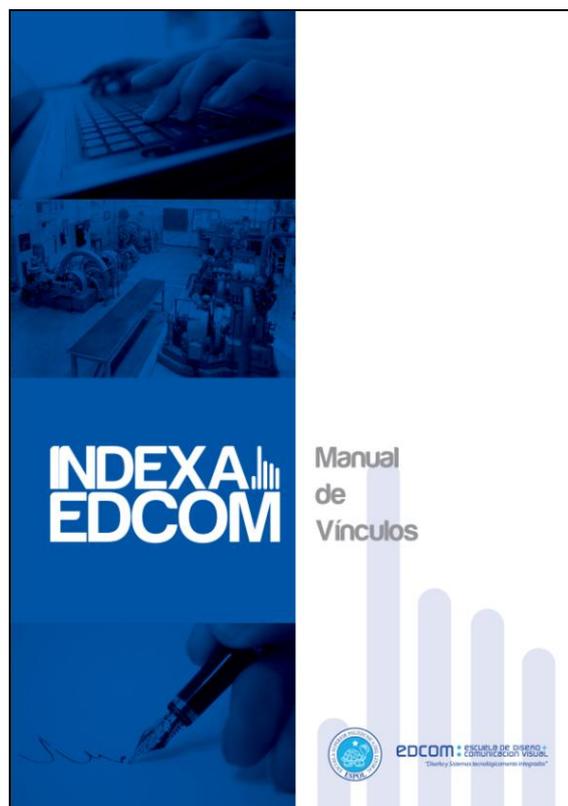
Cada uno tendrá un Manual de Vínculos que también estará disponible en formato PDF, respaldado en un CD. La calidad de impresión del Manual de Vínculos y de la Guía para Docentes es Papel Couché de 150 gramos, tamaño A3 (29,7 x 42 cm.).

#### **Observaciones:**

Del tiempo y las disposiciones de los directivos para decidir si la Unidad Académica invierte dinero para adquirir alguno de los servicios indicados en el Manual, dependerá la difusión y posicionamiento de estas opciones, dentro de las etapas del Plan de Comunicación.

Por ejemplo, si los Directivos deciden invertir en la suscripción de EDCOM a ScienceDirect de ELSEVIER, se implementarán las acciones explicadas en las etapas del Plan, para difundir y posicionar el servicio de ELSEVIER tanto en Directivos como Docentes.

Por otro lado, si los Directivos deciden no adquirir alguno de los servicios, esta situación no representa impedimento para el desarrollo del Plan de Comunicación; porque la investigación realizada permitió coordinar 55 revistas indexadas en donde los Docentes podrán enviar sus artículos de forma gratuita.



*Figura 3-2. Portada del Manual de Vínculos*



Figura 3-3. Contraportada interior y primera página del Manual de Vínculos

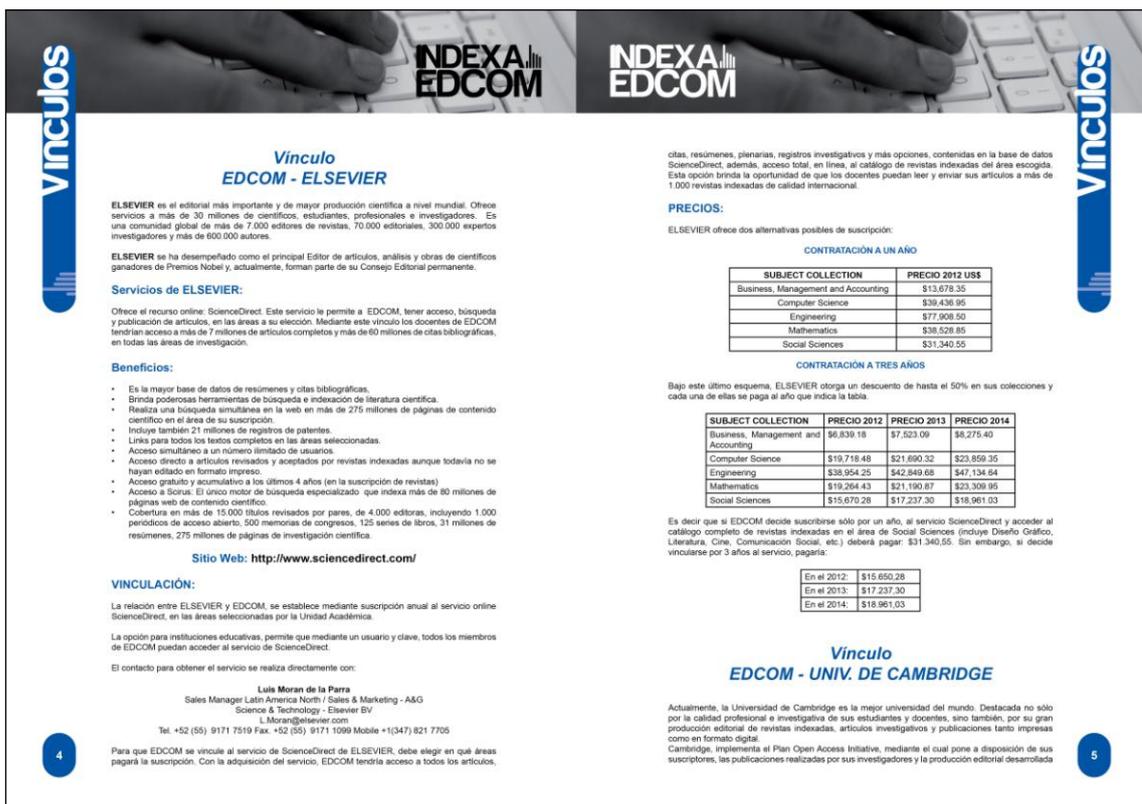


Figura 3-4. Ejemplo de páginas interiores del Manual de Vínculos

El contenido del Manual de Vínculos es el siguiente:

**ÍNDICE:**

PÁG. 3: PRÓLOGO

PÁG. 4: MARCO LEGAL

PÁG. 5: VÍNCULO EDCOM - ELSEVIER

PÁG. 8: VÍNCULO EDCOM - UNIVERSIDAD DE CAMBRIDGE

PÁG. 10: VÍNCULO EDCOM - IPL2

PÁG. 11: VÍNCULO EDCOM - MIT

PÁG. 12: VÍNCULO EDCOM - CSIC

PÁG. 13: VÍNCULO EDCOM - THOMSON REUTERS

**PRÓLOGO:**

El presente manual contiene información detallada de las propuestas de vinculación entre EDCOM y las mejores organizaciones e instituciones editoriales relacionadas con revistas indexadas y desarrollo de la ciencia.

Las organizaciones e instituciones indicadas a través de este manual; administran, gestionan y desarrollan servicios, aplicaciones y editoriales que contienen miles de revistas indexadas, investigaciones completas, citas bibliográficas, estudios y análisis investigativos en todas las áreas científicas.

Las vinculaciones propuestas, se encuentran en constante actualización, por medio de una producción editorial que abarca las revistas indexadas más importantes e influyentes del panorama investigativo; garantizando los mejores resultados a sus suscriptores. Los precios de vinculación y suscripción fueron determinados de acuerdo a ofertas a nivel institucional, que representan una mayor gama de beneficios y acceso a información.

**Observación:** De no concretarse alguno de los vínculos aquí establecidos, esta situación no representa impedimento para el desarrollo del Plan de Comunicación; porque la investigación realizada permite coordinar 55 revistas indexadas en donde los Docentes podrán enviar sus artículos de forma gratuita. Dichas opciones serán difundidas en el desarrollo del Plan de Comunicación.

**MARCO LEGAL:**

**LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR (LOES)** en su artículo 34 y 36 establece que:

**Art. 34.- De la asignación de recursos para publicaciones, becas para profesores o profesoras e investigaciones.-** Las instituciones de educación superior presentarán anualmente a la SENESCYT, la programación de la asignación del porcentaje establecido en el artículo 36 de la Ley de Educación Superior, la que velará por la aplicación de esta disposición. La distribución de este porcentaje para cada actividad será establecida por cada institución de educación superior dependiendo de su tipología institucional, sus necesidades y/o prioridades institucionales.

Las instituciones de educación superior que incumplieren lo dispuesto en el artículo 36 de la Ley, serán sancionadas con una multa equivalente al doble del valor no invertido.

**Art. 36.- Asignación de recursos para publicaciones, becas para profesores o profesoras e investigaciones.-** Las instituciones de educación superior de carácter público y particular asignarán obligatoriamente en sus presupuestos, por lo menos, el seis por ciento (6%) a publicaciones indexadas, becas de posgrado para sus profesores o profesoras e investigaciones en el marco del régimen de desarrollo nacional.

**VÍNCULO EDCOM - ELSEVIER:**

**Sobre ELSEVIER y su importancia:**

ELSEVIER es el editorial más importante y de mayor producción científica a nivel mundial. Ofrece servicios a más de 30 millones de científicos, estudiantes, profesionales e investigadores. Es una comunidad global de más de 7.000 editores de revistas, 70.000 editoriales, 300.000 expertos investigadores y más de 600.000 autores.

ELSEVIER se ha desempeñado como el principal Editor de artículos, análisis y obras de científicos ganadores de Premios Nobel y, actualmente, forman parte de su Consejo Editorial permanente

**Servicios de ELSEVIER:**

Ofrece el recurso online: ScienceDirect. Este servicio le permite a EDCOM, tener acceso, búsqueda y publicación de artículos, en las áreas a su elección. Mediante este vínculo los docentes de EDCOM tendrían acceso a más de 7 millones de artículos completos y más de 60 millones de citas bibliográficas, en todas las áreas de investigación.

**Beneficios:**

Es la mayor base de datos de resúmenes y citas bibliográficas

Brinda poderosas herramientas de búsqueda e indexación de literatura científica.

Realiza una búsqueda simultánea en la web en más de 275 millones de páginas de contenido científico en el área de su suscripción.

Incluye 21 millones de registros de patentes.

Links para todos los textos completos en las áreas seleccionadas.

Acceso simultáneo a un número ilimitado de usuarios.

Acceso directo a artículos revisados y aceptados por revistas indexadas aunque todavía no se hayan editado en formato impreso.

Acceso gratuito y acumulativo a los últimos 4 años (en la suscripción de revistas)

Acceso a Scirus: El único motor de búsqueda especializado que indexa más de 80 millones de páginas web de contenido científico.

Cobertura en más de 15.000 títulos revisados por pares, de 4.000 editoras, incluyendo 1.000 periódicos de acceso abierto, 500 memorias de congresos, 125 series de libros, 31 millones de resúmenes y 275 millones de páginas de investigación científica.

**Sitio Web:** <http://www.sciencedirect.com/>

**Vinculación:**

La relación entre ELSEVIER y EDCOM, se establece mediante suscripción anual al servicio online ScienceDirect, en las áreas seleccionadas por la Unidad Académica.

La opción para instituciones educativas, permite que mediante un usuario y clave, todos los miembros de EDCOM puedan acceder al servicio de ScienceDirect.

El contacto para obtener el servicio se puede realizar directamente con:

**Luis Morán de la Parra**

Sales Manager Latin America North  
Science & Technology - Elsevier BV

L.Moran@elsevier.com

Teléfono +52 (55) 91717519

Celular +1(347) 8217705

Para que EDCOM se vincule al servicio de ScienceDirect de ELSEVIER, debe elegir en qué áreas pagará la suscripción. Con la adquisición del servicio, EDCOM tendría acceso a todos los artículos, citas, resúmenes, plenarias, registros investigativos y más opciones, contenidas en la base de datos ScienceDirect.

Además, acceso total, en línea, al catálogo de revistas indexadas del área escogida. Esta opción brinda la oportunidad de que los docentes puedan leer y enviar sus artículos a más de 1.000 revistas indexadas de calidad internacional.

**Precio:**

ELSEVIER ofrece dos alternativas posibles de suscripción, contratación a un año y a tres años:

<b>SUBJECT COLLECTION</b>	<b>PRECIO 2012 EN DÓLARES</b>
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 3-1. Costo de adquirir el servicio ScienceDirect de ELSEVIER por un año*

Bajo el esquema de contratación a tres años, ELSEVIER otorga un descuento de hasta el 50% en sus colecciones y cada una de ellas se paga al año que indica la tabla.

<b>SUBJECT COLLECTION</b>	<b>PRECIO 2012 EN DÓLARES</b>	<b>PRECIO 2013 EN DÓLARES</b>	<b>PRECIO 2014 EN DÓLARES</b>
Business, Management and Accounting	\$6,839.18	\$7,523.09	\$8,275.40
Computer Science	\$19,718.48	\$21,690.32	\$23,859.35
Engineering	\$38,954.25	\$42,849.68	\$47,134.64
Mathematics	\$19,264.43	\$21,190.87	\$23,309.95
Social Sciences	\$15,670.28	\$17,237.30	\$18,961.03

*Tabla 3-2. Costo de adquirir el servicio ScienceDirect de ELSEVIER por tres años*

Es decir que si EDCOM decide suscribirse sólo por un año, al servicio ScienceDirect y acceder al catálogo completo de revistas indexadas en el área de Social Sciences (incluye Diseño Gráfico, Literatura, Cine, Comunicación Social, etc.) deberá pagar: \$31.340,55. Sin embargo, si decide vincularse por 3 años al servicio, pagaría:

En el 2012: \$15.650,28

En el 2013: \$17.237,30

En el 2014: \$18.961,03

## **VÍNCULO EDCOM - UNIVERSIDAD DE CAMBRIDGE:**

Actualmente, la Universidad de Cambridge es la mejor universidad del mundo. Destacada no sólo por la calidad profesional e investigativa de sus estudiantes y docentes, sino también, por su gran producción editorial de revistas indexadas, artículos investigativos y publicaciones tanto impresas como en formato digital.

Cambridge, implementa el Plan Open Access Initiative, mediante el cual pone a disposición de sus suscriptores, las publicaciones realizadas por sus investigadores y la producción editorial desarrollada bajo el sello de calidad de Cambridge Journals.

Mediante Open Access Initiative, Cambridge ofrece a los autores y lectores, opciones directas para publicación de contenidos. Cambridge maneja normas de Derechos de Autor que permiten Acceso Abierto Archivado: la publicación de la versión aceptada de un artículo, dentro de un repositorio institucional o en una página web personal y la publicación mediante Acceso Abierto: elaboración de artículos de libre acceso para uso no comercial.

Open Access de Cambridge permite al suscriptor pagar por la publicación de su artículo y acceder mensualmente a toda la biblioteca virtual Cambridge Journals.

**Sitio Web: <http://journals.cambridge.org/action/login>**

### **Vinculación:**

El autor o autores, deben pagar un costo estipulado por artículo a publicar. Los precios establecidos justifican su cantidad, debido a que incluyen todos los gastos del proceso de publicación de un artículo; la revisión del manuscrito por parte de un selecto grupo de profesionales, la edición y categorización del contenido, hasta el alojamiento de la versión definitiva del mismo en los diferentes catálogos de Cambridge. Este vínculo incluye el acceso por parte del autor, a la biblioteca virtual Cambridge Journals.

Mediante la suscripción, se genera un usuario y clave, por medio del cual el suscriptor entra en contacto directo con el Comité Editorial de Cambridge y a su vez accede, durante un mes, a todo el material disponible en la biblioteca virtual Cambridge Journals.

Luego del mes de suscripción, el usuario ya no tendrá acceso a los contenidos de Cambridge, pero seguirá teniendo contacto con el Comité Editorial que evalúa su artículo, hasta que este sea publicado.

Los costos asociados con la producción de ediciones impresas no están incluidos; es decir, el costo de suscripción no incluye la entrega de la revista impresa al autor del artículo. El autor podrá ver su artículo vía online.

**Precio:**

Hasta el 30 de julio 2012: \$675 por cada artículo.

A partir del 1 de agosto de 2012 en adelante: \$1.350 artículo.

**VÍNCULO EDCOM - IPL2:**

La red Internet Public Library (<http://www.ipl.org>) es una iniciativa educativa de la Facultad de Sistemas de Información de la Universidad de Michigan, y es patrocinada por la empresa Bell & Howell Information and Learning. Desarrollada por bibliotecarios profesionales con la ayuda de estudiantes y bibliotecarios voluntarios de todas partes del mundo. El sitio es visitado por más de 7 millones de personas. La biblioteca mantiene una colección de trabajos de referencia en línea, responde a consultas, crea nexos en internet, evalúa y categoriza recursos y provee un espacio para exhibiciones virtuales.

**Vinculación:**

El vínculo entre EDCOM - IPL2 se basa en la afiliación a la red. Los miembros tienen acceso a todo el material editorial de las universidades asociadas, comparten información con otras áreas de investigación y tienen oportunidad de enviar artículos a todas las revistas publicadas por las universidades afiliadas. Además, como afiliado, se accede a congresos, foros y seminarios, exclusivos para los miembros de la comunidad.

**Precio:**

Para que EDCOM forme parte de la red IPL2 debe hacer un pago único de: \$5.000

**VÍNCULO EDCOM - MIT:**

Massachusetts Institute of Technology (MIT), es la tercera mejor universidad del mundo, destacada por sus aportes a la investigación y el desarrollo de la ciencia.

El MIT desarrolla todo lo referente a sus revistas indexadas y publicaciones, mediante su sistema MIT Press Journals. Este recurso gestiona la suscripción de profesionales e instituciones a las publicaciones impresas y en línea del MIT.

**Sitio Web:** <http://www.mitpressjournals.org/page/packagepricelist>

**Vinculación:**

El vínculo entre EDCOM - MIT se basa en la suscripción al MIT Press Journals. De esta forma, la Unidad Académica, tendrá un usuario y clave, que le permitirá acceder al paquete completo de publicaciones y revistas del MIT, según el área escogida.

**Precio:**

La suscripción es anual. Esto significa que si EDCOM desea suscribirse al paquete completo de publicaciones del MIT, tiene dos opciones: Si sólo desea acceder vía online a las revistas, deberá pagar anualmente: \$3.274,20. En cambio, si desea suscribirse tanto a la versión online e impresa, deberá pagar anualmente \$2.980,90.

Full package Online-only	\$6,822.95	\$7,164.10	\$6,822.95
Full package Print & Online	\$6,827.20	\$7,168.56	\$7,467.20
Arts & Humanities Online-only	\$2,027.70	\$2,129.09	\$2,027.70
Arts & Humanities Print & Online	\$2,204.10	\$2,314.31	\$2,444.10
Economics Online-only	\$787.50	\$826.88	\$787.50
Economics Print & Online	\$915.30	\$961.07	\$987.30
Intl Affairs, History, Political Science Online-only	\$1,134.90	\$1,191.65	\$1,134.90
Intl Affairs, History, Political Science Print & Online	\$1,318.50	\$1,384.43	\$1,456.50
Science & Technology Online-only	\$3,274.20	\$3,437.91	\$3,274.20
Science & Technology Print & Online	\$2,790.90	\$2,930.45	\$2,980.90

**Tabla 3-3. Costo de suscripción anual al MIT Press Journals.**

**VÍNCULO EDCOM - CSIC:**

Las bases de datos bibliográficas del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) contienen la producción científica publicada en España desde los años 70. Recoge fundamentalmente artículos de revistas científicas y de forma selectiva actas de congresos, series, compilaciones, informes y monografías.

A través del CSIC EDCOM puede consultar estos recursos:

Bases de datos de Sumarios: ofrecen la información bibliográfica básica contenida en las bases de datos ICYT (Ciencia y Tecnología), ISOC (Ciencias Sociales y Humanidades) e IME (Biomedicina).

Base de datos ISOC-Biblioteconomía y Documentación: acceso completo a todos los campos de información de las referencias recogidas en esta disciplina.

Directorios de revistas españolas: descripción completa de las revistas incluidas en las bases de datos.

De esta forma la Unidad Académica tendrá pleno acceso a diferentes tipos de producciones editoriales españolas y los docentes podrán elegir un amplio número de opciones de revistas indexadas en donde publicar sus artículos.

**Sitio Web: [bddoc.csic.es:8080/](http://bddoc.csic.es:8080/)**

**Vínculación:**

Acceso ilimitado durante un año a todas las bases de datos del CSIC.

**Precio:**

Tarifa plana anual: 1.990,00 euros

**VÍNCULO EDCOM - THOMSON REUTERS:**

Thomson Reuters ISI, brinda asistencia a profesionales en todas las etapas de investigación y desarrollo, desde el descubrimiento y el análisis, hasta el desarrollo y la distribución de productos científicos.

Los recursos de Thomson Reuters brindan las herramientas que necesita todo investigador, para acceder a información de primera calidad, abarcando más de 250 disciplinas, en el campo de las ciencias exactas, las ciencias sociales, las artes y las humanidades.

El compromiso mutuo entre las instituciones suscriptoras y Thomson Reuters ha permitido el desarrollo y constante mejora de los recursos que se generan. Algunas áreas en las cuales se apoya a los suscriptores son: Apoyo a la infraestructura de Investigación, con una plataforma más robusta y amigable a través de Web of Knowledge, que incluye una profunda y amplia colección de Bases de Datos multidisciplinarias, administración bibliográfica y herramientas de análisis de publicaciones periódicas académicas.

Web of Science es un recurso ampliamente aceptado y utilizado por más de 4.000 instituciones académicas alrededor del mundo. Casi todas las bibliotecas universitarias son suscriptoras de Web of Knowledge.

Los miembros de la academia, particularmente, aquellos que tienen grados académicos en el extranjero, necesitan tener acceso a recursos como Web of Science, ya que requieren de herramientas adicionales que les permitan desarrollar y difundir sus investigaciones.

Web of Knowledge es posiblemente la herramienta de investigación más interdisciplinaria disponible en el mercado. Enfocada no sólo a Web of Science, sino también ofreciendo una vasta gama de contenido adicional y herramientas analíticas dependiendo de las necesidades de cada institución. El contacto para obtener el servicio se puede realizar directamente con:

**Esdras Garrido**

Account Manager - Thomson Reuters (IP & Science)

O +52 55.52827000

M +52(1) 55.4189.1595

[esdras.garrido@thomsonreuters.com](mailto:esdras.garrido@thomsonreuters.com)

**Precio:**

<b>SOLUCIÓN THOMSON REUTERS</b>	<b>TIPO DE ADQUISICIÓN</b>	<b>PRECIO</b>
Web of Science (2012): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Science Citation Index Expanded</li> <li>• Social Sciences Citation Index</li> <li>• Arts &amp; Humanities Citation Index</li> </ul>	Suscripción Anual	\$11.804
Web of Science (2005-2011): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Science Citation Index Expanded</li> <li>• Social Sciences Citation Index</li> </ul>	Compra a Perpetuidad	\$13.574
Journal Citation Report	Suscripción Anual	\$3.709
<b>TOTAL</b>		<b>\$29.087</b>

*Tabla 3-4. Costo de suscripción anual y compra a perpetuidad de Thomson-Reuters*

**3.3.3.1.3 Guía para Docentes**

El desarrollo de una Guía para Docentes permitirá contestar todas las dudas expresadas por los profesores, en cuanto a revistas indexadas. Para orientar a los docentes sobre los elementos indispensables para la realización de sus artículos investigativos. Es decir, formatos de los artículos, estructura, referencias bibliográficas y licencias.

Todos los Docentes de EDCOM tendrán una Guía para Docentes. Además, estará disponible en formato PDF, respaldado en un CD.

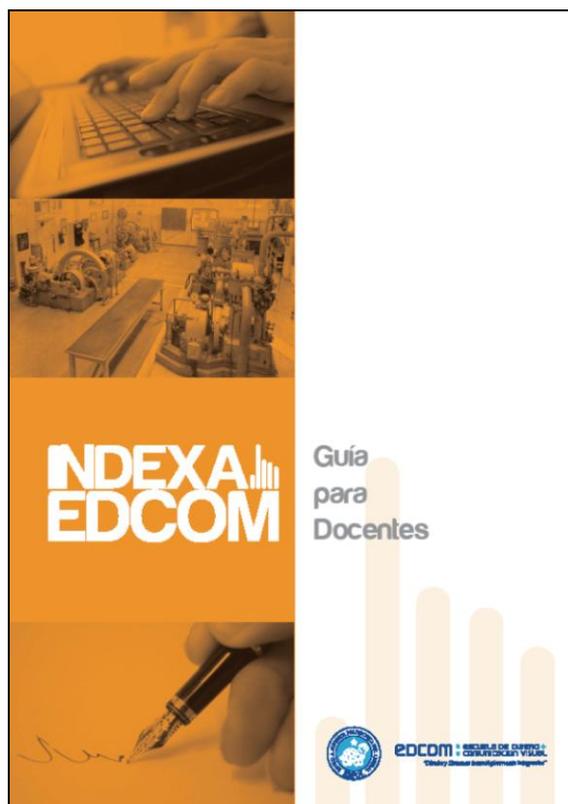


Figura 3-5. Portada de la Guía para Docentes

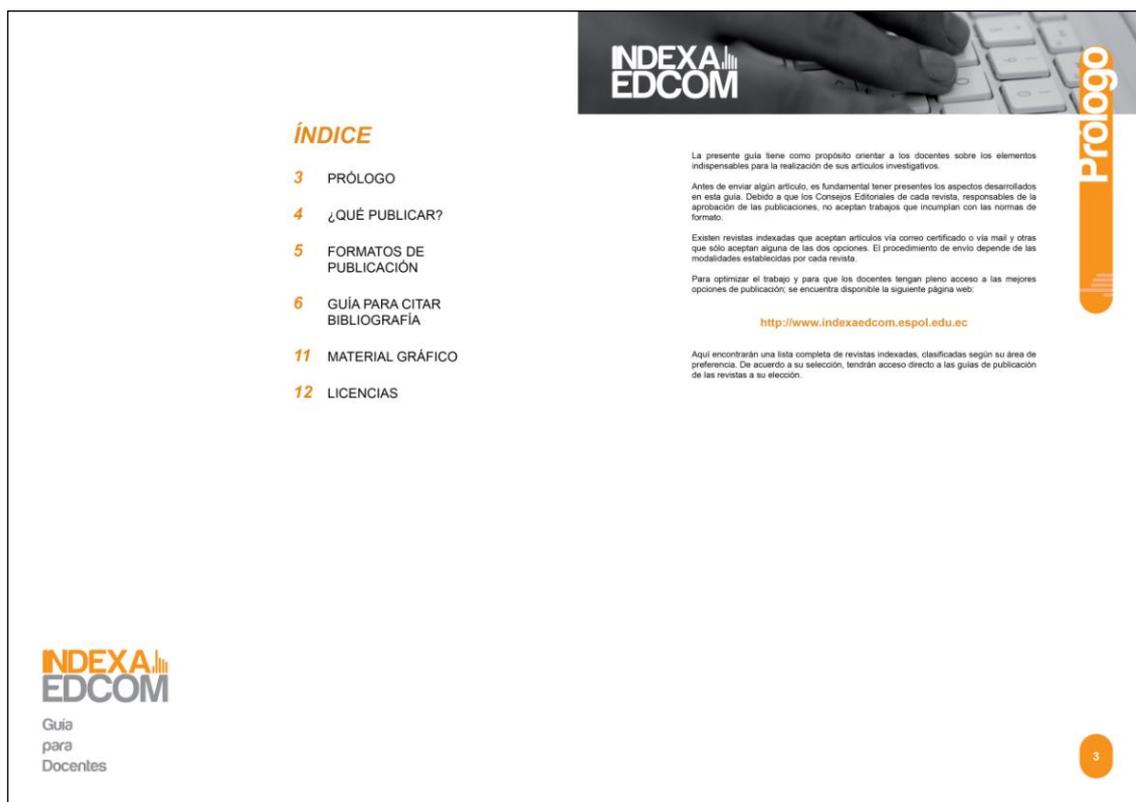


Figura 3-6. Contraportada interior y primera página de la Guía para Docentes

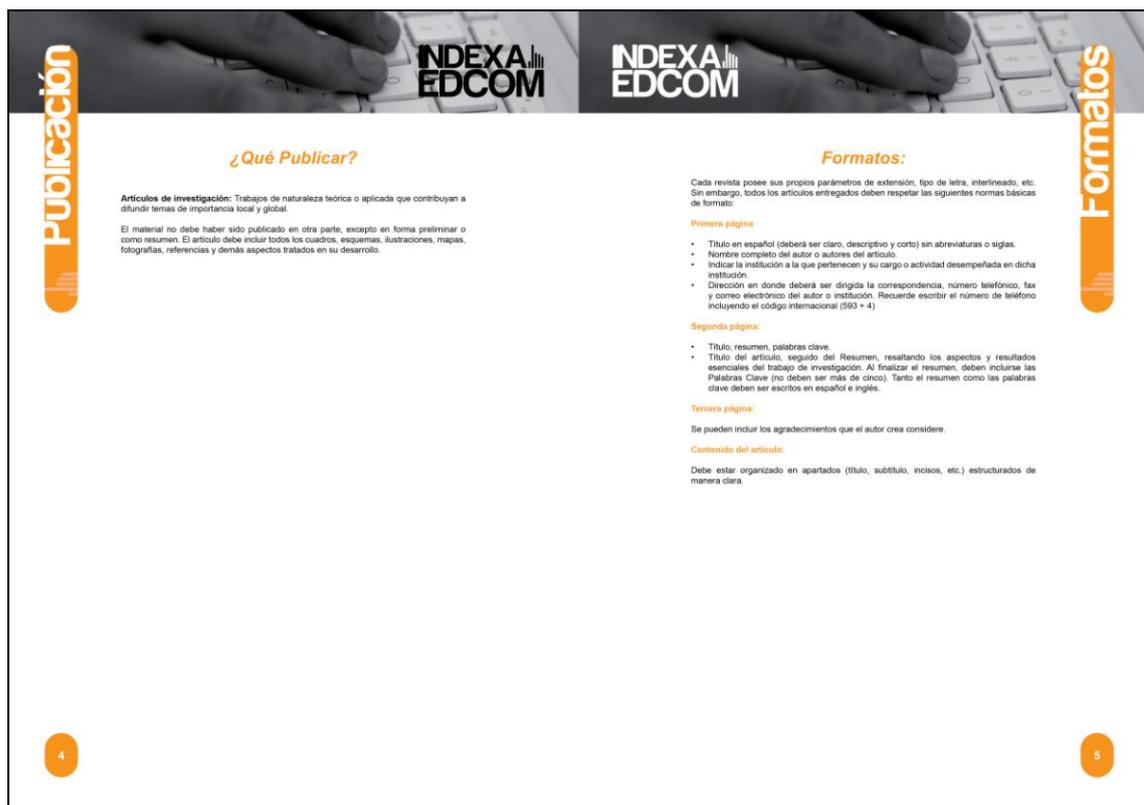


Figura 3-7. Ejemplo de páginas interiores de la Guía para Docentes

El contenido de la Guía para Docentes es el siguiente:

## ÍNDICE:

PÁG. 3: PRÓLOGO

PÁG. 4: ¿QUÉ PUBLICAR?

PÁG. 5: FORMATOS DE PUBLICACIÓN

PÁG. 6: GUÍA PARA CITAR BIBLIOGRAFÍA

PÁG. 11: MATERIAL GRÁFICO

PÁG. 12: LICENCIAS

## PRÓLOGO:

La presente guía tiene como propósito orientar a los docentes sobre los elementos indispensables para la realización de sus artículos investigativos.

Antes de enviar algún artículo, es fundamental tener presentes los aspectos desarrollados en esta guía. Debido a que los Consejos Editoriales de cada revista, responsables de la aprobación de las publicaciones, no aceptan trabajos que incumplan con las normas de formato.

Existen revistas indexadas que aceptan artículos vía correo certificado o vía mail y otras que sólo aceptan alguna de las dos opciones. El procedimiento de envío depende de las modalidades establecidas por cada revista.

Para optimizar el trabajo y para que los docentes tengan pleno acceso a las mejores opciones de publicación; se encuentra disponible la siguiente página web:

**<http://www.indexaedcom.espol.edu.ec>**

Aquí encontrarán una lista completa de revistas indexadas, clasificadas según su área de preferencia. De acuerdo a su selección, tendrán acceso directo a las guías de publicación de las revistas a su elección.

### **¿QUÉ PUBLICAR?**

**Artículos de investigación:** trabajos de naturaleza teórica o aplicada que contribuyan a difundir temas de importancia local y global.

El material no debe haber sido publicado en otra parte, excepto en forma preliminar o como resumen. El artículo debe incluir todos los cuadros, esquemas, ilustraciones, mapas, fotografías, referencias y demás aspectos tratados en su desarrollo.

### **FORMATOS:**

Cada revista posee sus propios parámetros de extensión, tipo de letra, interlineado, etc. Sin embargo, todos los artículos entregados deben respetar las siguientes normas básicas de formato:

#### **Primera página:**

Título en español (deberá ser claro, descriptivo y corto) sin abreviaturas o siglas.

Nombre completo del autor o autores del artículo.

Indicar la institución a la que pertenecen y su cargo o actividad desempeñada en dicha institución.

Dirección a la que deberá ser dirigida la correspondencia, número telefónico, fax y correo electrónico del autor o institución. Recuerde escribir el número de teléfono incluyendo el código internacional (593 + 4)

**Segunda página: Título, resumen, palabras clave.**

Título del artículo, seguido del Resumen, resaltando los aspectos y resultados esenciales del trabajo de investigación. Al finalizar el resumen, deben incluirse las Palabras Clave (no deben ser más de cinco). Tanto el resumen como las palabras clave deben ser escritos en español e inglés.

**Tercera página:**

Se pueden incluir los agradecimientos que el autor crea pertinentes.

**Contenido del artículo:**

Debe estar organizado en apartados (título, subtítulo, incisos, etc.) estructurados de manera clara.

**GUÍA PARA CITAR BIBLIOGRAFÍA:**

Todas las referencias citadas en el cuerpo del texto deberán ser presentadas en la lista de referencias al final del artículo, en una página titulada: **Referencias**.

Se debe evitar utilizar notas al pie de página y nunca se deben usar para las referencias.

Nuestro propósito es ofrecer algunas directrices para la elaboración y presentación de citas o referencias bibliográficas, necesarias al momento de presentar los artículos.

**Normas utilizadas:**

**Norma ISO 690-1987 (para documentos impresos y audiovisuales):** La norma ISO 690-1987 y su equivalente UNE 50-104-94 establecen los criterios a seguir para la elaboración de referencias bibliográficas. En ellas se establece el orden de los elementos de la referencia bibliográfica y las convenciones para la transcripción y presentación de la información. Sin embargo, la puntuación y el estilo tipográfico no son prescriptivos, por ello, el tipo de letra y puntuación que aquí se muestre se debe entender como recomendación.

**Norma ISO 690-2 (para documentos electrónicos):** La norma ISO 690-2 especifica los elementos que hay que incluir en las citas bibliográficas de los documentos electrónicos y establece una ordenación obligatoria de los elementos de la referencia. Ofrece además una serie de convenciones para la transcripción y presentación de la información obtenida a partir de un documento electrónico

La fecha de consulta es imprescindible para los documentos en línea.

Los tipos de soporte posibles son: [en línea] [CD-ROM] [VCD] [banda magnética] [DVD]. Las especificaciones para la elaboración de referencias bibliográficas de documentos electrónicos, en general, siguen las mismas pautas que para los documentos impresos.

A continuación se presentan los ejemplos y formatos para referencias bibliográficas, incluyendo especificaciones para referencias de internet, vía Twitter y correo electrónico:

**Para Libros o monografías:**

APELLIDO/S, Inicial/s del nombre. (año). *Título*. Número de edición. Lugar: Editorial. Extensión y detalles materiales. (Colección; nº.)

Ejemplos: NEGROPONTE, N. (1999). *El mundo digital: un futuro que ya ha llegado*. 4a. ed. Barcelona: Ediciones B. 281 pág. (SineQuaNon).

BOURDIEU, P.; WACQUANT, L.J.D. Para una sociología reflexiva. Barcelona: Herder, 1994. 260 pág.

**Para partes de libro, contribuciones en una miscelánea y compilaciones:**

Si el autor o editor del libro es el mismo que el de la parte del libro que se cita.

Ejemplos: VIDAL, J. (1999). "Indicadores de rendimiento para las universidades españolas: necesidad y disponibilidad". A: *Indicadores en la Universidad: información y decisiones*. Madrid: Ministerio de Educación y Cultura. Consejo de Universidades, pág. 7-17.

NARDI, B.A. (1996). "Studying context: A comparison of activity theory, situated action models, and distributed cognition". A: *Context and consciousness: Activity theory and human computer interaction*. Cambridge, MA: MIT Press, pág. 69-102.

Si el autor o editor del libro no coincide con el de la parte del libro que se cita:

Ejemplo: DIAS DE FIGUEIREDO, A. (1989). "*Introducing informatics into education at the national level: objectives, opportunity, strategies*". A: UNESCO. Education and Informatics. París.

**Para publicaciones periódicas:**

*Título de la publicación* (mes + año). Número. Responsabilidad de la publicación. Lugar de edición: Editorial. Periodicidad. Número ISSN

Ejemplo: *Lengua y Uso. Revista Técnica de Normalización Lingüística* (2º. cuatrimestre 2001). Núm. 21. Barcelona: Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Dirección General de Política Lingüística. ISSN 1134-7724.

**Para artículos de publicaciones periódicas:**

APELLIDO(S) autor/a, Inicial(s) del nombre (año). "Título del artículo". *Título de la publicación*. Sección. Volumen, número, páginas. Número ISSN [opcional].

Ejemplo: CASTRO, P. (1994). "The Translation unit in human and machine". *Babel*. Vol. 40, núm. 1, pág. 12-20.

**Para documentos audiovisuales:**

**Grabaciones:** APELLIDO(S), Nombre. Título. [Designación específica del tipo de documento]. Lugar: editorial, año.

Ejemplos: WAGNER, Richard. El drama musical Wagneriano. [Grabación sonora]. Barcelona: CYC, 1998.

BARDEM, Juan Antonio. Calle Mayor. [Vídeo]. Madrid: Paramount Pictures: El Mundo, [2002]. 1 disco compacto.

**Programas de radio y televisión:** Nombre del programa. Responsabilidad. Entidad emisora, fecha de emisión.

Ejemplo: Jorge Luis Borges. Director y presentador: Joaquín Soler Serrano. RTVE, 1980. Videoteca de la memoria literaria; 1

**Materiales gráficos:** APELLIDO(S), Nombre. Título. [Designación específica del tipo de documento]. Lugar: editorial, año.

Ejemplo: BALLESTEROS, Ernesto. Arquitectura contemporánea. [Material gráfico proyectable]. 2a ed. Madrid: Hiares, [1980]. 32 diapositivas. Historia del Arte Español; 57.

**Para documentos electrónicos:**

**Textos electrónicos, bases de datos y programas informáticos:**

Responsable principal. Título [tipo de soporte]. Responsables secundarios. Edición. Lugar de publicación: editor, fecha de publicación, fecha de actualización o revisión, [fecha de consulta]. Descripción física. (Colección). Notas. Disponibilidad y acceso. Número normalizado.

Ejemplo: CARROLL, Lewis. Alice's Adventures in Wonderland [en línea]. Texinfo ed. 2.1. [Dortmund, Alemania]: WindSpiel, November 1994 [ref. de 10 de febrero de 1995]. Disponible en Web: <<http://www.germany.eu.net/books/carroll/alice.html>>. Igualmente disponible en versiones PostScript y ASCII en Internet: <ftp://ftp.Germany.EU.net/pub/books/carroll/>

**Partes de textos electrónicos, bases de datos y programas informáticos:**

Responsable principal (del documento principal). Título [tipo de soporte]. Responsable(s) secundario(s) (del documento principal). Edición. Lugar de publicación: editor, fecha de publicación, fecha de actualización o revisión [fecha de consulta]. "Designación del capítulo o parte, Título de la parte", numeración y/o localización de la parte dentro del documento principal. Notas. Disponibilidad y acceso. Número normalizado.

Ejemplo: CARROLL, Lewis. Alice's Adventures in Wonderland [en línea]. Texinfo. ed. 2.2. [Dortmund, Alemania]: WindSpiel, November 1994 [ref. de 30 marzo 1995]. Chapter VII. A Mad Tea-Party. Disponible en World Wide Web: <[http://www.germany.eu.net/books/carroll/alice\\_10.html#SEC13](http://www.germany.eu.net/books/carroll/alice_10.html#SEC13)>.

**Contribuciones en textos electrónicos, bases de datos y programas informáticos:**

Son aquellas partes de documentos que tienen un contenido unitario e independiente de las otras partes del documento que las contiene. Este es el formato de referencia: Responsable principal (de la contribución). "Título" [tipo de soporte]. En: Responsable principal (del documento principal). Título. Edición. Lugar de publicación: editor, fecha de publicación, fecha de actualización o revisión [fecha de consulta]. Numeración y/o localización de la contribución dentro del documento fuente. Notas. Disponibilidad y acceso. Número normalizado.

Ejemplos: Political and Religious Leaders Support Palestinian Sovereignty Over Jerusalem. IN Eye on the Negotiations [en línea]. Palestine Liberation Organization, Negotiations Affairs Department, 29 August 2000 [ref. de 15 agosto 2002]. Disponible en Web: <<http://www.nad-plo.org/eye/poljerus.html>>.

Belle de Jour. Magill's Survey of Cinema [en línea]. Pasadena (Calif.): Salem Press, 1985- [ref. de 1994-08-04]. Accession no. 0050053. Disponible en DIALOG Information Services, Palo Alto (Calif.).

MCCONNELL, WH. Constitutional History. The Canadian Encyclopedia [CD-ROM]. Macintosh version 1.1. Toronto: McClelland & Stewart, c1993. ISBN 0-7710-1932-7.

**Publicaciones electrónicas seriadas completas:**

Responsable principal. Título [tipo de soporte]. Edición. Designación de los números (fecha y/o número). Lugar de publicación: editor, fecha de publicación [fecha de consulta]. Descripción física. (Colección). Notas. Disponibilidad y acceso. Número normalizado.

Ejemplo: Journal of Technology Education [en línea]. Blacksburg (Virginie): Virginia Polytechnic Institute and State University, 1989- [ref. de 15 marzo 1995]. Semestral. Disponible en Internet: <gopher://borg.lib.vt.edu:70/1/jte>. ISSN 1045-1064.

**Artículos y contribuciones en publicaciones electrónicas seriadas:**

Responsable principal (del artículo). "Título (del artículo)". Título (de la publicación principal) [tipo de soporte]. Edición. Designación del número de la parte. Fecha de actualización o revisión [fecha de consulta]. Localización de la parte dentro del documento principal. Notas. Disponibilidad y acceso. Número normalizado.

Ejemplos: STONE, Nan. The Globalization of Europe. Harvard Business Review [en línea]. May-June 1989 [ref. de 3 septiembre 1990]. Disponible en BRS Information Technologies, McLean (Virginie).

PRICE-WILKIN, John. Using the World-Wide Web to Deliver Complex Electronic Documents: Implications for Libraries. The Public-Access Computer Systems Review [en línea]. 1994, vol. 5, no.3 [ref. de 1994-07-28], pp. 5-21. Disponible en: <gopher://info.lib.uh.edu:70/00/articles/ejournals/uhlibrary>. ISSN 1048-6542.

CUERDA, José Luis. "Para abrir los ojos" [en línea]. El País Digital. 9 mayo 1997 n° 371. <http://www.elpais.es/p/19970509/cultura/tesis.htm/uno> [consulta: 9 mayo 1997]

**Para Tweets:**

Apellido, nombre del autor. "Texto del tweet". Fecha, hora del mensaje. Medio de publicación (Tweet).

Ejemplo: Athar, Sohaib. "Helicopter hovering above Abbottabad at 1AM (is a rare event)." 1 May 2011, 3:58 p.m. Tweet.

**Para mensajes electrónicos:**

**Distribuidos por boletines o listas:** Responsable principal del mensaje. "Título del mensaje" [tipo de soporte]. En: Título (del boletín o lista). Numeración y/o localización del mensaje [Fecha de consulta]. Notas. Disponibilidad y acceso.

Ejemplo: PARKER, Elliott. "Re: Citing Electronic Journals". En: PACS-L (Public Access Computer Systems Forum) [en línea]. Houston (Tex.): University of Houston Libraries, 24 November 1989; 13:29:35 CST [citado 1 enero 1995; 16:15 EST]. Disponible en Internet: <telnet://brsuser@a.cni.org>.

**Mensajes electrónicos personales:** Responsable principal del mensaje. "Título del mensaje" [tipo de soporte]. Fecha del mensaje. Nota con el tipo de mensaje.

Ejemplo: Thacker, Jane. "MPEG-21 project stream on digital item identification" [en línea]. Mensaje en: <iso.tc46.sc9@nlc-bnc.ca>. 3 octubre 2000; 13:33 EST [ref. de 6 octubre 2000; 13:10 EST]. Message-ID: <002f01c02d60\$051a64a0\$22a2580c@vaio>. Comunicación personal.

**MATERIAL GRÁFICO:**

Todo material gráfico (tablas, imágenes, fotografías, ilustraciones, planos, capturas de pantalla, dibujos, etc.) presentes en el artículo, deben estar numerados y cada uno debe tener su título y pie de foto.

Las revistas indexadas exigen el envío, por separado, de los archivos originales de todo el material gráfico presente en el artículo.

En caso de que el material gráfico no sea trabajo original del autor, es su responsabilidad obtener los permisos que se requieran para su publicación.

### **LICENCIAS:**

Todas las revistas indexadas tienen página web y por medio de sus recursos online gestionan la disponibilidad de sus artículos, algunos pueden ser descargados y otros leídos en línea.

Por este motivo, es muy importante que los docentes conozcan sobre las licencias de publicación de sus artículos, especialmente todo lo relacionado a la publicación vía internet.

Esta guía indica la información necesaria para que todo docente que desee publicar sus artículos en internet, tenga pleno conocimiento de las herramientas necesarias para certificar sus Derechos de Autor, a través del uso apropiado de las licencias.

### **¿Qué es una licencia?**

Una licencia es un instrumento legal (acuerdo / contrato) que indica qué se puede y qué no se puede hacer con una obra intelectual.

Las licencias se caracterizan por regular los usos posibles sobre las obras intelectuales. El licenciamiento es potestad del autor de la obra intelectual o de las personas que tengan su titularidad.

Con la llegada de la web 2.0, se ha incrementado el debate sobre el control de los Derechos de Autor, por un lado existe la visión del control total, a través de la figura “Todos los derechos reservados” y por el otro extremo, se encuentra el peligro de dejar sin protección al autor.

En este contexto, nació Creative Commons, organización que busca apoyar a los usuarios y autores a ejercer sus derechos sobre la propiedad intelectual.

Este sistema es voluntario y gratuito. Ayuda a los autores a publicar en Internet sus obras dejando claramente establecidos, qué se puede y qué no se puede hacer con ellas.

### **¿Qué tipo de obras se pueden licenciar?**

A través de las licencias Creative Commons, se puede licenciar todo tipo de obras intelectuales. Entre ellas están: fotos, libros, artículos investigativos, textos académicos, videos, animaciones, música, sitios web, blogs. etc.

### **El registro de obras intelectuales y las licencias Creative Commons**

Es aconsejable que antes de elegir cualquier licencia, el autor o los autores de la obra intelectual, registren su creación en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). En Guayaquil, el IEPI está ubicado en la Av. Francisco de Orellana y Alberto Borges, Edificio Centrum (CLARO), Piso 9, Oficina 5.

Si bien, las licencias Creative Commons pueden obtenerse sin realizar este paso; se recomienda, totalmente, el registro previo de las obras en el IEPI, para ampliar su protección frente a posibles usos indebidos. Este registro da certeza de la existencia de la obra, de su título, sus autores y su contenido.

### **Tipos de licencias Creative Commons:**

Ofrecer un trabajo bajo una licencia de Creative Commons no significa entregar el Copyright sino poner a disposición, algunos de estos derechos bajo ciertas condiciones.

Las condiciones son las elegidas por el autor o autores. Están asociadas a gráficos característicos y se detallan a continuación:



*Figura 3-8. Símbolo de la Licencia de Atribución*

**Atribución:** Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo. Pero dando siempre testimonio de la autoría del mismo.

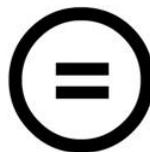
Ejemplo: Jorge publica una fotografía tomada por él, con Licencia de Atribución, porque desea que el mundo emplee su fotografía, dejando constancia que es suya. Nicole encuentra esta fotografía en Internet y desea incorporarla a la página de inicio de su web. Nicole coloca esta fotografía y claramente indica que Jorge es el propietario.



*Figura 3-9. Símbolo de la Licencia No Comercial*

**No Comercial:** Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero únicamente con propósitos no comerciales.

Ejemplo: Nicole publica su fotografía con licencia No comercial. Jorge incorpora una parte de la fotografía de Nicole como parte de un póster. Jorge no estaría autorizado a vender ese póster sin la autorización de Nicole.



*Figura 3-10. Símbolo de la Licencia No derivación del trabajo*

**No derivación del trabajo:** Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar sólo copias literales del trabajo patentado, no estando autorizado ningún tercero a realizar trabajos derivados del mismo.

Ejemplo: Jorge graba una canción bajo la Licencia de No derivación del trabajo. Entonces, Nicole no podría tomar parte de esta obra para incorporarla a otra suya o realizar modificaciones sobre la misma, sin la autorización de Jorge.



*Figura 3-11. Símbolo de la Licencia Igualmente compartido*

**Igualmente compartido:** Esta licencia permite a otros realizar trabajos derivados pero únicamente bajo una licencia idéntica. Este tipo de licencia, únicamente aplica a obras derivadas.

**Observación:** Esta licencia es excluyente a la de No derivación de trabajos, es decir, no se pueden elegir ambas a la vez.

Ejemplo: Nicole coloca una fotografía suya en Internet bajo licencia No comercial e Igualmente compartido. Jorge es un artista amateur y arma un collage en el que pone parte de la foto de Nicole. En este caso Jorge debe hacer uso No comercial de su collage y especificar claramente su licencia de Igualmente compartido, con lo que estaría distribuyendo su trabajo bajo los mismos términos que Nicole.

### **¿Qué hacer para obtener una licencia Creative Commons?**

Para obtener una licencia de Creative Commons los autores deben ingresar a la siguiente página web y seguir los pasos de registro:

**<http://creativecommons.org/choose/>**

Aquí podrán encontrar toda la información en español y seleccionar las licencias disponibles para Ecuador.

Al momento de escoger una licencia existen, básicamente, dos opciones a tener en cuenta: Si se permiten usos comerciales de la obra y si se permiten hacer obras derivadas de la obra original y bajo qué condiciones. El autor deberá escoger entre las opciones de licenciamiento que se muestran:

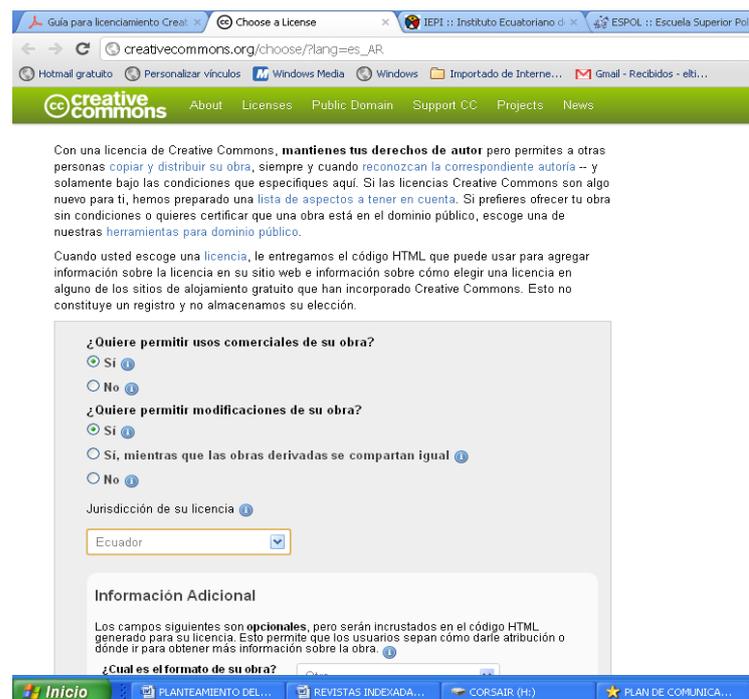


Figura 3-12. Opciones definidas por el autor

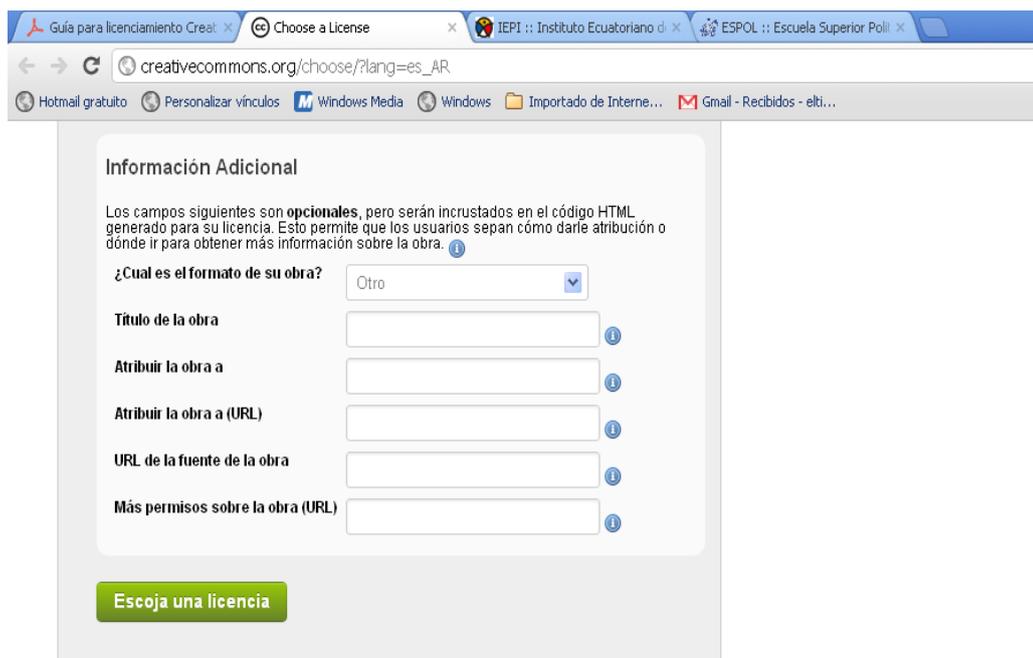


Figura 3-13. Opciones definidas por el autor (Continuación)

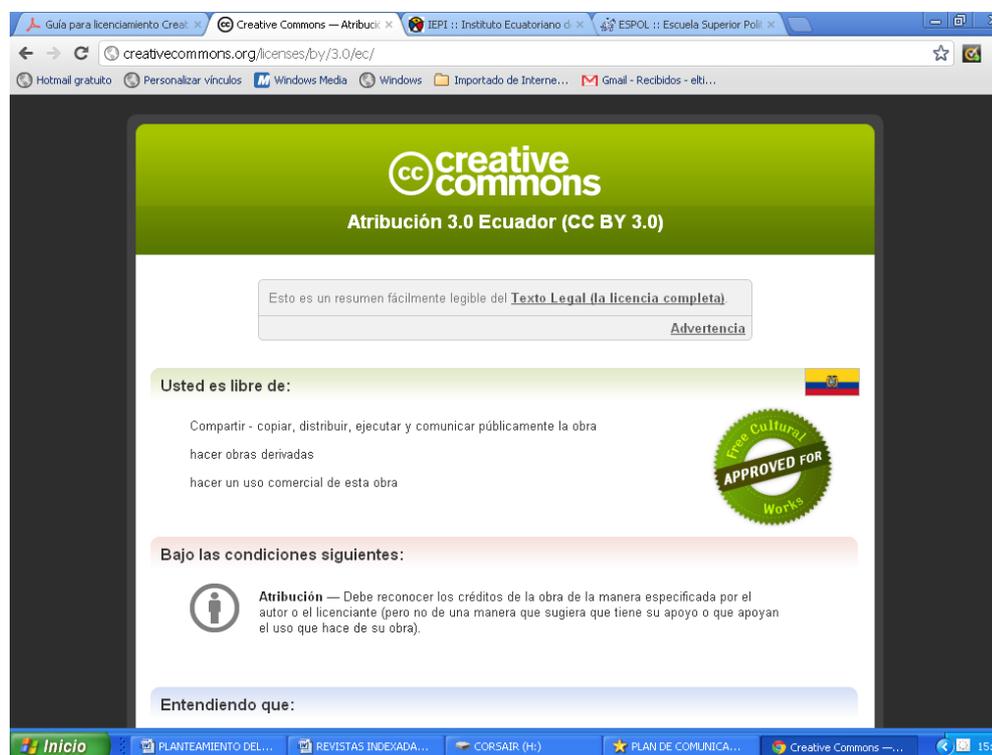
## Las licencias y sus diferentes niveles

Todas las licencias Creative Commons permiten copiar y distribuir las obras intelectuales, siempre que se respeten las condiciones escogidas por los autores.

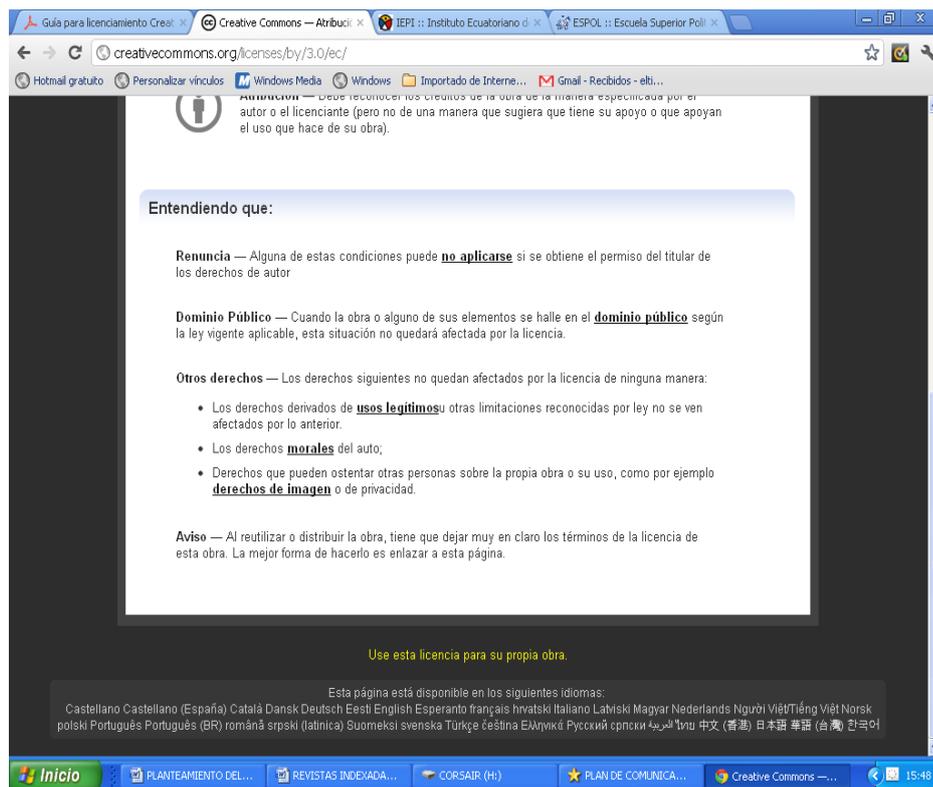
Actualmente, Creative Commons ofrece 6 licencias básicas y Ecuador posee sus correspondientes valores locales.

En el sistema de Creative Commons cada una de estas licencias se comunica, define y expresa al público, a través de un lenguaje compuesto en tres niveles:

El primer nivel: denominado 'Título Común' (Common Deed), está orientado al usuario no especializado; comunica con gráficos y en lenguaje simple, cuáles son las condiciones de uso sobre una obra:



*Figura 3-14. Primer nivel explicativo*



**Figura 3-15. Primer nivel explicativo (Continuación)**

El segundo nivel está compuesto por el 'Código Legal' (Legal Code), aquí se encuentra, en lenguaje jurídico-técnico, el texto completo de las licencias. Para Ecuador, la atribución Creative Commons versión 3.0, tiene disponible la Licencia de Atribución. Esta licencia permite: Copiar, distribuir, exhibir y ejecutar la obra. Hacer obras derivadas de la obra original. Usar la obra comercialmente. Todo a condición de que se atribuya la autoría sobre la obra, en la forma especificada por el autor.

Es muy importante saber que las licencias Creative Commons se otorgan a perpetuidad y son no-exclusivas. Esto significa que una vez que el autor ha publicado su obra bajo una licencia Creative Commons esta liberación se da a perpetuidad y a personas indeterminadas. Si bien el autor puede retirar o cambiar la licencia esto no afectará a quienes tomaron la obra bajo las condiciones iniciales de uso.

El tercer nivel de las licencias Creative Commons, está compuesto por el 'Código Digital' (Digital Code) orientado al procesamiento de la información en páginas web.

Este código permite que los usuarios puedan insertar los logos y certificación de licencia Creative Commons en sus documentos digitales o sitios webs:



Figura 3-16. Tercer nivel: Código Digital



Este obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 3.0 Ecuador.

Figura 3-17. Símbolo que certifica el uso de licencia Creative Commons en un sitio web

Las herramientas de implementación explicadas a continuación serán implementadas en todas las etapas del plan.

### 3.3.3.1.4 Buzón de Comunicaciones

Se crearán dos direcciones de correo electrónico:

**indexaedcom@espol.edu.ec**

**indexaedcom@gmail.com**

A través de estos correos, se enviarán las comunicaciones a Directivos y Docentes de EDCOM. Además, por este medio, se recibirán todos los comentarios, sugerencias, dudas o peticiones de información, requeridas por los usuarios de la Unidad Académica.

Estas dos direcciones electrónicas, siempre estarán presentes en cada folleto, boletín, afiche, tríptico y demás herramientas utilizadas en la implementación del Plan.

Se habilitará un correo ESPOL y uno GMAIL para evitar cualquier problema de Spam al momento de enviar los correos. Todos los comentarios, sugerencias, dudas o peticiones de información serán considerados y tratados de forma inmediata. Este aspecto constituye una herramienta fundamental para evaluar y coordinar de manera óptima el trabajo realizado, al tener conocimiento de las opiniones y puntos de vista de los usuarios.

### **3.3.3.1.5 Boletines Informativos**

Los boletines tendrán difusión semanal y contendrán información indispensable acerca de conceptos, referencias, especificaciones y análisis sobre revistas indexadas. Además, incluirán información sobre las revistas indexadas de ESPOL.

Los boletines serán publicados cada semana. Su difusión se realizará en formato físico y vía correo electrónico a todos los Directivos y Docentes. El boletín impreso, de acuerdo a su extensión, podrá tener forma de tríptico y será impreso en Papel Bond, tamaño A4 (21 x 29,7 cm.). Los boletines se incluirán, en las carpetas de asistencia de cada docente.

A continuación se presenta la estructura referencial de un boletín:

Los Sistemas de Indexación más importantes:

**ELSEVIER**

ELSEVIER es el editorial más importante y de mayor producción científica a nivel mundial. Ofrece servicios a más de 30 millones de científicos, estudiantes, profesionales e investigadores. Es una comunidad global de más de 7.000 editores de revistas, 70.000 editoriales, 300.000 expertos investigadores y más de 600.000 autores.

ELSEVIER se ha desempeñado como el principal Editor de artículos, análisis y obras de científicos ganadores de Premios Nobel y, actualmente, forman parte de su Consejo Editorial permanente.

Servicios de ELSEVIER:

Ofrece el recurso online: ScienceDirect. Este servicio le permite a EDCOM, tener acceso, búsqueda y publicación de artículos, en las áreas a su elección. Mediante este vínculo los docentes de EDCOM tendrían acceso a más de 7 millones de artículos completos y más de 60 millones de citas bibliográficas, en todas las áreas de investigación.

Beneficios:

- Es la mayor base de datos de resúmenes y citas bibliográficas,
- Brinda poderosas herramientas de búsqueda e indexación de literatura científica.
- Realiza una búsqueda simultánea en la web en más de 275 millones de páginas de contenido científico en el área de su suscripción.
- Incluye también 21 millones de registros de patentes.
- Links para todos los textos completos en las áreas seleccionadas.
- Acceso simultáneo a un número ilimitado de usuarios.
- Acceso directo a artículos revisados y aceptados por revistas indexadas aunque todavía no se hayan editado en formato impreso.
- Acceso gratuito y acumulativo a los últimos 4 años (en la suscripción de revistas)
- Acceso a Scopus: El único motor de búsqueda especializado que indexa más de 80 millones de páginas web de contenido científico.
- Cobertura en más de 15.000 títulos revisados por pares, de 4.000 editoriales, incluyendo 1.000 periódicos de acceso abierto, 500 memorias de congresos, 125 series de libros, 31 millones de resúmenes, 275 millones de páginas de investigación científica.

<http://www.sciencedirect.com/>

El siguiente Boletín continuará con la explicación de los Sistemas de Indexación más importantes

**Boletín Informativo**

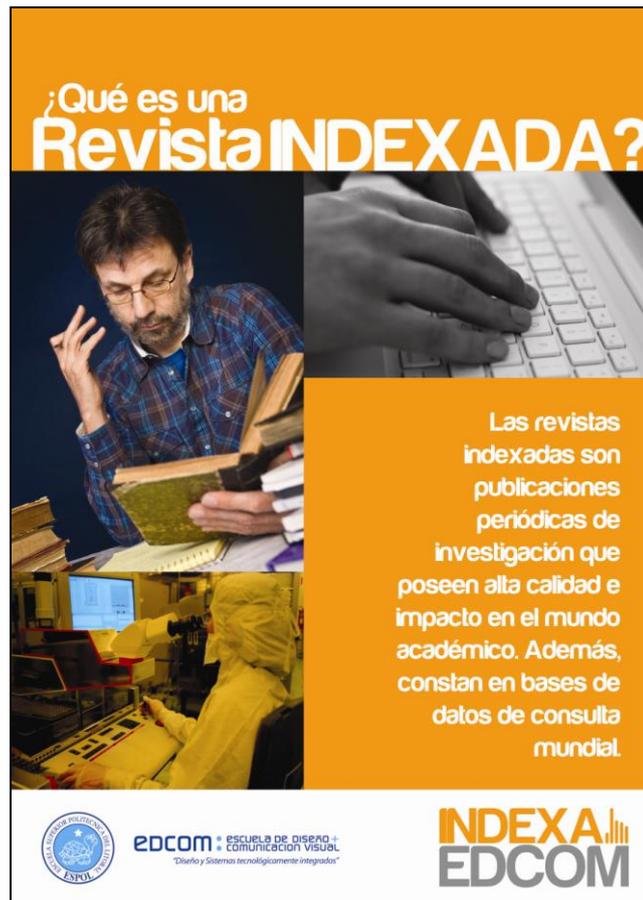
*Figura 3-18. Ejemplo de Boletín Informativo*

### **3.3.3.1.6 Afiches, volantes y trípticos**

Su contenido se basará en comunicar datos esenciales como conceptos y referencias básicas sobre el tema de revistas indexadas, incentivando la atención de toda la Unidad Académica.

Todos los afiches informativos serán colocados como fondo de escritorio en los computadores de los Directivos y Docentes, para que la estrategia de difusión del Plan se mantenga en constante actividad.

Los afiches serán colocados en las vitrinas informativas ubicadas en la Administración de EDCOM, Coordinación Académica, áreas de reunión de docentes y también serán impresos como volantes y colocados dentro de las carpetas de asistencia de cada profesor.



*Figura 3-19. Afiche informativo de la Primera Etapa del Plan de Comunicación*

Los afiches informativos, trípticos y volantes que contengan información general sobre revistas indexadas, deben ser de pleno conocimiento para Docentes y Directivos.

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 en Papel Bond tamaño A4. Por su parte, la calidad de impresión de los afiches será en Papel Couché de 250 gramos, tamaño Super A3 (30,5 x 45,6 cm.)

Número de citas en 1999 de artículos publicados en 1998	= 1,546
Número de citas en 1999 de artículos publicados en 1997	= 1,314
<b>Total de citas en 1999</b>	<b>= 3,940</b>
Número de artículos publicados en 1998	= 362
Número de artículos publicados en 1997	= 434
<b>Total de artículos</b>	<b>= 896</b>
Factor de impacto de la revista HYPERTENSION 1999	= 3,940/896 = 4,39

Para realizar la evaluación de estos factores y la respectiva indexación de revistas, existen importantes organizaciones, que desarrollan bases de datos de registros bibliográficos. En donde clasifican, miden y comparan factores de impacto, organizan, difunden y clasifican revistas de acuerdo a temáticas, investigaciones realizadas, factores de impacto, número de citas, etc. Entre las organizaciones más importantes a nivel mundial tenemos a: ELSEVIER, Thomson Reuters (ISI), Latindex, SciELO, entre otros.

**Información sobre Revistas Indexadas**

**Información sobre Revistas Indexadas**

EDCOM ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL  
Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados

# Revistas Indexadas

A nivel internacional, la producción científica y tecnológica de una universidad, se mide a través de indicadores de calidad, tales como: el número de investigaciones realizadas, el número de publicaciones en revistas indexadas y el número de citas bibliográficas. La idea del presente boletín y de los siguientes, es difundir en la unidad académica, información clara y entendible, acerca de revistas indexadas. Para que de esta manera, escribir artículos en dichas publicaciones, forme parte de las actividades cotidianas de nuestros docentes.

Una revista indexada es una publicación periódica de investigación de alta calidad e impacto en el mundo académico, además consta en bases de datos internacionales.

### Criterios de calidad

La calidad de una revista indexada se sustenta en la evaluación de expertos, investigadores destacados, que forman parte del Comité Editor de las revistas.

Un factor fundamental que determina la calidad de una revista indexada es el Número de Citaciones (Times Cited) de un determinado artículo, como una forma de ponderar el impacto de un trabajo

sobre el panorama investigativo actual. El Factor de Impacto (Impact Factor) es una medida de la frecuencia con la cual el "artículo promedio" de una revista ha sido citado en un determinado año. El factor de impacto permite determinar la importancia relativa de una revista contra otra en el mismo campo.

### Factor de impacto

El factor de impacto se calcula en razón del número de citas en un año de los artículos publicados en años anteriores, respecto al número de artículos publicados en el mismo periodo.

Para entender mejor este concepto, calculemos el factor de impacto de una revista.

El factor de impacto de la revista HYPERTENSION, durante el año 1999 se calcula considerando lo siguiente:

Figura 3-20. Ejemplo de Tríptico Informativo

### **3.3.3.1.7 Concurso**

En la primera etapa del Plan, se trabajará en la estructura interna del concurso de artículos para revistas indexadas. Su desarrollo será manejado de manera reservada junto al Departamento de Posgrados. Es decir, se determinarán en conjunto, los detalles correspondientes a bases, premios y parámetros fundamentales previos al lanzamiento del concurso en la tercera etapa del Plan.

El nombre del concurso será: “Primer Concurso de Artículos de Investigación para Revistas Indexadas”. La idea del concurso se basa en impulsar el desarrollo de artículos por parte de los Docentes de EDCOM. Se presenta al Departamento de Posgrados, el siguiente esquema de bases, para que defina los aspectos indicados:

- Podrán participar TODOS los docentes de EDCOM.
- Los artículos presentados deben respetar las condiciones de formato establecidas en la Guía para Docentes. Trabajo que incumpla con las especificaciones básicas de formato, quedará automáticamente descalificado.
- Los participantes, presentarán sus artículos en un sobre cerrado que contenga: nombre completo, número de cédula, cargo desempeñado, teléfono, correo y dirección del autor. En el exterior de dicho sobre, debe constar el título del artículo investigativo y el nombre del autor. Además, se debe adjuntar un CD, que contenga el artículo completo y el respaldo de todo el material gráfico utilizado (Imágenes, fotografías, tablas, mapas, diseños, ilustraciones, infografías, etc.)
- Los trabajos se receptorán en el Departamento de Posgrados de EDCOM (La fecha de inicio y culminación del concurso será establecida por el Departamento de Posgrados).
- El plazo de admisión de trabajos finalizará en la fecha establecida por el Departamento de Posgrados de EDCOM.

- Se establece un único ganador, acreedor al premio de publicación del artículo en una de las revistas indexadas de ESPOL y la gestión por parte de la Unidad Académica para la publicación del artículo en una revista indexada internacional. Además, el ganador será acreedor a un curso de capacitación profesional en su área de especialización. Es decir, la asistencia a un curso, seminario o congreso, nacional o internacional determinado por el Departamento de Posgrados de EDCOM.
- El jurado estará compuesto por un grupo de profesionales externos a ESPOL, seleccionado por el Departamento de Posgrados de EDCOM.
- La fecha de entrega del premio será establecida por el Departamento de Posgrados de EDCOM.
- El Jurado podrá declarar desierto el concurso, si los trabajos presentados no reunieran la calidad mínima exigible.

El Departamento de Posgrados gestionará los recursos que necesite para la selección e integración del jurado en el concurso; así como también definirá la duración del concurso, considerando el tiempo que se le dará a los docentes para que entreguen sus trabajos y el tiempo que destinará el jurado para evaluar los trabajos recibidos.

El trabajo ganador será elegido por el jurado; quienes evaluarán aspectos como calidad, proyección e importancia de la investigación.

Se plantea un periodo de 7 semanas para definir todos los detalles referentes al concurso. El lanzamiento del concurso está definido para la tercera etapa del Plan de Comunicación. De igual manera, la difusión del concurso se realizará usando afiches, volantes, trípticos, boletines y correos masivos.

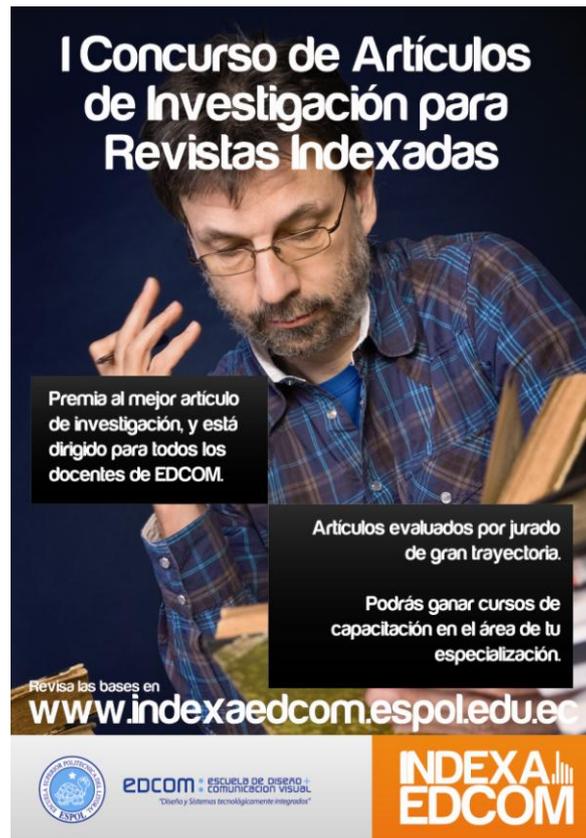


Figura 3-21. Afiche del concurso



Figura 3-22. Ubicación del afiche del concurso

### **3.3.4 Segunda Etapa: Posicionamiento**

En la primera etapa del Plan, se lograron contestar 3 preguntas fundamentales: ¿Qué son las revistas indexadas?, ¿Quién debe escribir en las revistas indexadas?, ¿Por qué es importante escribir en revistas indexadas? Además, se contestó parcialmente la interrogante ¿Cómo publicar?, a través de la Guía para los Docentes.

En esta segunda etapa, las acciones estarán centradas en responder de forma completa las 3 preguntas restantes: ¿Cómo, Cuándo y Dónde publicar?

Es decir, que luego de afianzar conceptos, despejar dudas y establecer una imagen clara sobre las revistas indexadas, se procederá a la implementación de estrategias para que los Docentes empiecen a difundir sus trabajos e investigaciones. La información clave para esta etapa se basa en la investigación realizada sobre revistas indexadas internacionales. En donde, se seleccionó un total de 55 revistas, clasificadas de acuerdo a las áreas de EDCOM.

La lista de revistas para Diseño Gráfico y Publicitario y la lista para Diseño y Producción audiovisual contienen iguales opciones, debido a que las revistas analizadas tienen total apertura en estos campos.

Situación similar ocurre con las revistas para Diseño Web y Aplicaciones Multimedia y para Sistemas de Información, ya que se escogieron las mejores revistas que involucran dichas áreas. Incluso, los docentes de Diseño y Sistemas pueden escribir en las revistas de Comunicación y viceversa, ya que la investigación permitió crear un sistema de gran apertura editorial. Es decir, en general, los profesores pueden escribir en las áreas y revistas que deseen, de acuerdo a su elección e interés.

La siguiente lista ordenada y categorizada indica las revistas indexadas en donde los Docentes de EDCOM pueden enviar sus artículos.

**Revistas para:**  
**Diseño Gráfico y Publicitario**  
**Diseño y Producción Audiovisual**

**Revista Actas de Diseño**



*Figura 3-23. Logo de la Revista Actas de Diseño*

La revista Actas de Diseño es una publicación académica y profesional de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (Argentina). Tiene dos versiones una impresa y otra digital. Su coordinación está a cargo del Encuentro Latinoamericano del Diseño. En ella constan los artículos realizados por profesionales nacionales y/o extranjeros. La temática de los artículos se basa en propuestas teóricas, metodológicas acerca de la experiencia, creación e investigación de la educación superior.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2008/05\\_publicaciones/01\\_actas\\_diseño/01\\_formato\\_articulo.html](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2008/05_publicaciones/01_actas_diseño/01_formato_articulo.html)**

**Revista Diseño y Sociedad**



*Figura 3-24. Logo de la Revista Diseño y Sociedad*

Diseño y Sociedad es una revista periódica internacional de investigación científica sobre los campos del Diseño y sus problemáticas. Pertenece a la Unidad Xochimilco de la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana de México. Tiene dos versiones, una impresa y otra digital.

Su propósito es aportar con investigaciones y críticas realizadas por profesionales en las distintas áreas del Diseño Gráfico.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://disenoysociedad.xoc.uam.mx/convoca.htm>

### **Revista Kepes**



*Figura 3-25. Logo de la Revista Kepes*

La revista Kepes está bajo la supervisión de la Universidad de Caldas en Colombia, en conjunto con el Festival Internacional de la Imagen, la Red Académica de Diseño (RAD), la Universidad Politécnica de Cataluña, la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Toulouse y la Universidad de Ohio.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://kepes.ucaldas.edu.co/index.php?option=com\\_frontpage&Itemid=1](http://kepes.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1)

### **Revista de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte**



*Figura 3-26. Logo de la Revista AACA Digital*

AACA Digital es la revista de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte. Su objetivo es dar lugar a los trabajos de investigación realizados por sus asociados y a la vez servir de referencia no sólo a especialistas sino también a quienes estén interesados en estudios relacionados con el arte contemporáneo.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.aacadigital.com/contenido.php?modulo=normas>

### **Revista Aisthesis**



*Figura 3-27. Logo de la Revista AISTHESIS*

Aisthesis es una publicación semestral especializada del Instituto de Estética de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Su propósito central es el estudio de la estética a partir de un registro interdisciplinario orientado a la discusión y debate de problemáticas relativas al arte y la cultura en Chile y Latinoamérica.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://estetica.uc.cl/publicaciones/revista-aisthesis>

### **Revista Ars Bilduma**



*Figura 3-28. Logo de la Revista Ars Bilduma*

La revista Ars Bilduma es una publicación electrónica de periodicidad anual y de acceso abierto del Departamento de Historia del Arte y Música de la Facultad de Letras de la Universidad Vitoria-Gasteiz.

El objetivo es difundir artículos de investigación en el ámbito de la Historia del Arte y sus especialidades.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://www.ehu.es/ojs/index.php/ars\\_bilduma/article/view/1564/Criterios%20y%20normas%20de%20publicaci%C3%B3n](http://www.ehu.es/ojs/index.php/ars_bilduma/article/view/1564/Criterios%20y%20normas%20de%20publicaci%C3%B3n)

### **Revista Artnodes**



*Figura 3-29. Logo de la Revista ARTNODES*

ARTNODES es una revista digital impulsada por la Universitat Oberta de Catalunya que tiene por objeto el análisis de las intersecciones entre las artes, las ciencias y las tecnologías, tanto desde un punto de vista formal e histórico, como conceptual.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://artnodes.uoc.edu/ojs/index.php/artnodes/about/submissions#authorGuidelines>

### **Revista Calle 14**



*Figura 3-30. Logo de la Revista CALLE 14*

Es una revista especializada en arte que facilita la creación y desarrollo de comunidades artísticas disciplinares e interdisciplinares entre redes de investigadores como instrumento de transformación de sujetos y colectividades.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://gemini.udistrital.edu.co/comunidad/grupos/calle14/Guia%20autores.html>

## **Revistas Enclaves del Pensamiento**



*Figura 3-31. Logo de la Revista Enclaves del Pensamiento*

Enclaves del Pensamiento es una revista de Humanidades sobre arte, filosofía, historia, literatura y psicología. Es una publicación semestral de la División de Humanidades y Ciencias Sociales, del Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www2.ccm.itesm.mx/ehcs/archivos/enclaves/convocatoria.pdf>

## **Revista Fedro**



*Figura 3-32. Logo de la Revista FEDRO*

La revista Fedro es una publicación semestral dedicada a la reflexión filosófica en torno a la Estética y la Teoría de las Artes.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://institucional.us.es/fedro/index.php?page=normas-de-edicion>

## **Revista Goya**



*Figura 3-33. Logo de la Revista GOYA*

La revista GOYA publica artículos de investigación sobre historia y teoría del arte desde cualquier perspectiva metodológica que se considere relevante.

Las temáticas preferentes serán las relacionadas con el arte, la arquitectura y la cultura visual española e iberoamericana, desde la antigüedad hasta nuestros días, siempre que la reflexión se realice desde una perspectiva histórica.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://www.flg.es/revista\\_goya/contenido/normas\\_redaccion.htm](http://www.flg.es/revista_goya/contenido/normas_redaccion.htm)

### **Revista SituArte**



*Figura 3-34. Logo de la Revista SituArte*

SituArte es una revista dirigida por la Facultad Experimental de Arte de la Universidad de Zulia, Venezuela. Su compromiso es con el desarrollo de las artes y la cultura. Esta revista acepta artículos, reportes de investigación, manuscritos científicos, ensayos cortos, reseñas y entrevistas sobre: artes plásticas, danza, música, teatro y artes audiovisuales.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://revistas.luz.edu.ve/normativas/normas\\_situarte.pdf](http://revistas.luz.edu.ve/normativas/normas_situarte.pdf)

### **Revista Arte Individuo y Sociedad**



*Figura 3-35. Logo de la Revista Arte, Individuo y Sociedad*

Arte, Individuo y Sociedad es una revista desarrollada por la Universidad Complutense de Madrid, que aborda temas artísticos y sus relaciones con el contexto social, histórico, político y cultural en que se produce.

Desde distintos campos científicos hace hincapié en la educación artística, la creatividad y el análisis de la conducta y la experiencia estética. Está dirigida a especialistas, investigadores y profesionales del campo de la educación artística y la creatividad.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.arteindividuoy sociedad.es/envio.html>

### **Revista Artigrama**



*Figura 3-36. Logo de la Revista Artigrama*

Artigrama es una revista científica de periodicidad anual constituida por investigadores de diversas universidades españolas y extranjeras, especialistas en diferentes líneas culturales. Está dedicada a la difusión de la investigación científica sobre Historia del Arte, Historia del Cine y Musicología.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://www.unizar.es/artigrama/html\\_art/normas.html](http://www.unizar.es/artigrama/html_art/normas.html)

### **Revista Secuencias**



*Figura 3-37. Logo de la Revista Secuencias*

Secuencias es una publicación semestral dedicada a los estudios cinematográficos, desde un enfoque historiográfico. Tiene por objeto colaborar en la difusión de artículos de investigación relativos a la historia del cine en cualquiera de sus aspectos u orientaciones que se realicen en España y en el ámbito internacional. Además ofrece un listado de artículos de investigación disponibles en tres secciones complementarias: Notas, Reseña y DVD's.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://web.uam.es/servicios/apoyodocencia/ice/secuencias/>

### **Revista Archivos de la Filmoteca**



*Figura 3-38. Logo de la Revista Archivos de la Filmoteca*

Archivos de la filmoteca es una revista cuatrimestral de estudios históricos sobre la imagen. Incide necesariamente en la perspectiva histórica de las imágenes, pero también somete la tradición cinematográfica a la reflexión de estudiosos contemporáneos nacionales y extranjeros para actualizarla y reinterpretarla.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://ivac.gva.es/la-filmoteca/publicaciones/admision-originales>

### **Revista Imagofagia**



*Figura 3-39. Logo de la Revista Imagofagia*

Imagofagia es una revista virtual de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Medios Audiovisuales (ASAECA). Es una publicación semestral abierta a contribuciones de autores nacionales y extranjeros especializados en el estudio del cine y de los medios audiovisuales. Su propósito fundamental es difundir trabajos y debates de actualidad sobre problemas y temas afines a estas áreas.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://www.asaeca.org/imagofagia/sitio/index.php?option=com\\_content&view=article&id=22&Itemid=29](http://www.asaeca.org/imagofagia/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=29)

### **Revista L' Atalante**



*Figura 3-40. Logo de la Revista L'Atalante*

L'Atalante, es una publicación semestral de estudios cinematográficos que está indexada en reconocidas bases de datos como ScienceDirect y Thomson Reuters. Es editada por la Asociación L'Atalante y distribuida por el Servei de Publicacions de la Universitat de València (SPUV). Publica ensayos inéditos sobre temas interdisciplinares de la teoría y práctica cinematográfica que destaquen por su carácter innovador y creativo.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**[http://www.cineforumatalante.com/publicaciones\\_index.html](http://www.cineforumatalante.com/publicaciones_index.html)**

### **Revista Metakinema**



*Figura 3-41. Logo de la Revista METAKINEMA*

Es una revista científica de cine e historia publicada por el Grupo de Investigación de la Junta de Andalucía y el área de Estudios Transdisciplinares sobre el Arte Cinematográfico. Metakinema se constituye como un foro, donde investigadores procedentes de distintas disciplinas pueden presentar sus reflexiones orientadas a subrayar el componente histórico del hecho cinematográfico desde distintos campos del conocimiento.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://www.metakinema.es/normas%20de%20publicacion.html>**

**Revistas para:  
Diseño Web y Multimedia  
Sistemas de Información**

**Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS)**



*Figura 3-42. Logo de la Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*

CTS es una iniciativa conjunta de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), el Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior - REDES (Argentina) y el Instituto Universitario de Estudios de la Ciencia y la Tecnología de la Universidad de Salamanca (España), con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

CTS es un ámbito para discutir las relaciones entre ciencia, tecnología y sociedad desde una perspectiva plural e interdisciplinaria y con una mirada iberoamericana. Con el propósito de promover la reflexión y el debate sobre la articulación de la ciencia y la tecnología con el ambiente cultural, político y social. El espacio de CTS alberga tres secciones: Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad, Portafolio CTS y Foro CTS.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.revistacts.net/files/Normas.pdf>

**Revista Avances en Sistemas e Informática**



*Figura 3-43. Logo de la Revista Avances en Sistemas e Informática*

La revista Avances en Sistemas e Informática es una publicación de la Escuela de Sistemas de la Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín, la cual está dedicada a la difusión de nuevas tendencias y de los resultados de la investigación básica y aplicada sobre asuntos relacionados a la informática.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://pisis.unalmed.edu.co/avances/guia.html>

### **Revista Ciencia Uanl**



*Figura 3-44. Logo de la Revista Ciencia UANL*

La revista CIENCiA UANL dirigida por la Universidad Autónoma de Nuevo León, tiene como propósito difundir la producción científica y tecnológica en el área informática. CIENCiA UANL está dirigida a científicos, académicos, tecnólogos y profesionales en general interesados en aumentar sus conocimientos y fortalecer su perfil cultural.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.cienciauanl.uanl.mx/autores>

### **Revista El Hombre y La Máquina**



*Figura 3-45. Logo de la Revista El Hombre y la Máquina*

La revista El Hombre y la Máquina es un proyecto editorial en el cual el lector encuentra temas científico-técnicos con reflexiones humanísticas para que pueda profundizar en los avances informáticos, aplicaciones web y desarrollo multimedia.

El Hombre y la Máquina es una publicación semestral que ha logrado posicionarse en el ámbito académico, en bases de datos como Publindex, Latindex, Directory of Open Access Journals y la Red de América Latina y el Caribe (Redalyc).

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://ingenieria.uao.edu.co/hombreymaquina/index.php/convocatoria>

### **Revista Información Tecnológica**



*Figura 3-46. Logo de la Revista Información Tecnológica*

Información Tecnológica es una revista internacional electrónica, editada y publicada bimensualmente por el Centro de Información Tecnológica de La Serena, Chile.

Esta revista acepta artículos originales en el amplio campo de la ciencia, la ingeniería y la tecnología, con la condición de que sean producto de trabajos de investigación y que tengan un impacto relevante en el desarrollo de los países de Iberoamérica.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.citrevistas.cl/informacion-autores.htm>

### **Revista Interciencia**



*Figura 3-47. Logo de la Revista INTERCIENCIA*

Publicación multidisciplinaria mensual de la Asociación Interciencia con sede en Caracas, Venezuela. Interciencia está consagrada a estimular la investigación científica, su uso humanitario y el estudio del contexto social, especialmente en América Latina y el Caribe. Fomentando la comunicación entre las comunidades científicas y tecnológicas de América.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.interciencia.org/autores.htm>

**Revista Journal Of Applied Research And Technology**



*Figura 3-48. Logo de la Revista Journal of Applied Research and Technology*

Journal of Applied Research and Technology es una publicación cuatrimestral en inglés del Centro de Ciencias Aplicadas y Desarrollo Tecnológico (CCADET) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Publica trabajos de investigación originales, de alto nivel, en los campos de las ciencias aplicadas, desarrollo computacional, aplicaciones web, multimedia e ingeniería.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://cibernetica.ccadet.unam.mx/instructions.htm>

**Revista Journal of Urban and Environmental Engineering (JUEE)**



*Figura 3-49. Logo de la Revista JUEE*

Journal of Urban and Environmental Engineering (JUEE) es una revista arbitrada por la Universidad Federal de Paraíba (Brasil) que proporciona un espacio para los todos los trabajos originales y para el intercambio de información y puntos de vista sobre acontecimientos importantes acerca del desarrollo informático, ingeniería urbana y del medio ambiente.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.journal-uee.org/>

### **Revista Nexo**



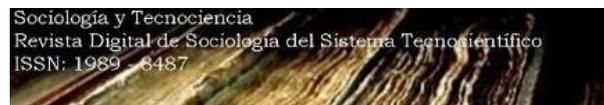
*Figura 3-50. Logo de la Revista Nexo*

Nexo es una publicación semestral de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI) de Nicaragua, orientada a la publicación de artículos que tratan acerca de la Investigación básica y aplicada en el campo de las ciencias de la Ingeniería, Desarrollo Informático, Tecnología y disciplinas afines. Nexo sigue los estándares internacionales de recepción evaluación, edición y publicación de los artículos que recibe.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://www.nexo.uni.edu.ni/como\\_publicar.php](http://www.nexo.uni.edu.ni/como_publicar.php)

### **Revista Digital de Sociología del Sistema Tecnocientífico**



*Figura 3-51. Logo de la Revista Digital RSST*

Revista Digital de Sociología del Sistema Tecnocientífico (RSST) es una publicación periódica auspiciada por la Universidad de Valladolid. Su objetivo central es el de estudiar, comprender y analizar la influencia social de las diversas actividades tecnocientíficas como la biotecnología, tecnologías de la información y comunicación entre otras.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<https://sites.google.com/site/sociologiaytecnociencia/home/indizacion>

### **Revista Teknokultura**



*Figura 3-52. Logo de la Revista Teknokultura*

TeknoKultura es una revista de cultura digital y movimientos sociales. Publicación semestral, online, de carácter abierto, promovida por el Grupo de Investigación Cibersomosaguas (UCM) de Madrid, que incorpora trabajos de carácter teórico y práctico sobre las relaciones entre sociedad y tecnología haciendo especial énfasis en los condicionantes, factores y efectos culturales y políticos de las mismas.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://teknokultura.net/index.php/tk/about/submissions#onlineSubmissions>**

### **Revista Telos**



*Figura 3-53. Logo de la Revista TELOS*

TELOS es una publicación desarrollada por la Fundación Telefónica. Es una revista de ámbito socio-cultural destinada a servir de plataforma para la investigación de los nuevos fenómenos y procesos fomentados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) especialmente en el ámbito iberoamericano y preocupada por las aplicaciones de la creatividad y la innovación en la sociedad.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOSONline/SOBRE  
TELOS/Callforpapers/seccion=1260&idioma=es\\_ES.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOSONline/SOBRE%20TELOS/Callforpapers/seccion=1260&idioma=es_ES.do)**

**Revistas para:  
Comunicación Social**

**Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico**



*Figura 3-54. Logo de la Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico*

Estudios sobre el Mensaje Periodístico publica artículos de investigación, originales e inéditos acerca de aspectos comunicativos, las formas expresivas y las funciones sociales y políticas del periodismo. Intenta fomentar la investigación en este campo y está abierta a las contribuciones de docentes, investigadores y profesionales de todo el mundo. Consta de 3 secciones: Estudios, Bibliografías e Investigaciones y documentos.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://www.ucm.es/info/emp/Portad\\_0.htm](http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm)

**Revista Icono 14**



*Figura 3-55. Logo de la Revista ICONO 14*

Esta revista es desarrollada por la Asociación Icono 14 de Madrid que tiene por objetivo ofrecer un ámbito de reflexión y difusión de diferentes trabajos científicos, cuyo eje temático gire en torno a contenidos de investigación básica o aplicada, experimental, epistemológica o descriptiva sobre la comunicación y sus ámbitos.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.icono14.net/Envio-de-obras-de-autores>

## **Revista IDP**



*Figura 3-56. Logo de la Revista IDP*

IDP, Revista de Internet, Derecho y Política, es una publicación electrónica impulsada por los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Oberta de Cataluña (UOC). Tiene como objetivo la comunicación y divulgación científica. Busca ser una plataforma de reflexión y discusión sobre el contenido y alcance de los cambios que las tecnologías de la información y comunicación, en particular, el fenómeno de Internet conllevan en los campos del derecho, la política y la Administración Pública.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.uoc.edu/ojs/index.php/idp/about/submissions#authorGuidelines>

## **Revista Latina de Comunicación Social**



*Figura 3-57. Logo de la Revista Latina de Comunicación Social*

La Revista Latina de Comunicación Social (RLCS) es un proyecto científico editorial abierto y multiuniversitario de divulgación y vinculación académica. Editada por el Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad La Laguna (España). Esta revista es reconocida en las más importantes bases de datos como Latindex, ScienceDirect, Thomson Reuters, entre otras.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://www.revistalatinacs.org/para\\_publicar.html](http://www.revistalatinacs.org/para_publicar.html)

### **Revista Designis**



*Figura 3-58. Logo de la Revista DESIGNIS*

Designis es una revista internacional de Semiótica perteneciente a la Federación Latinoamericana de Semiótica que publica artículos en español y portugués acerca del estudio de las sociedades latinoamericanas desde una perspectiva multicultural. Su objetivo principal consiste en facilitar el diálogo y puntos de vista entre los investigadores de la región y la comunidad científica internacional.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://www.designisfels.net/guia.htm>**

### **Revista Adresearch**



*Figura 3-59. Logo de la Revista aDResearch ESIC*

aDResearch ESIC, Revista Internacional de Investigación en Comunicación, es una de las revistas con mayor prestigio y trayectoria mundial. Cuenta con investigaciones, reflexiones y análisis acerca de todos los tópicos existentes de la comunicación como el marketing, las relaciones públicas, publicidad y todo tipo de tendencias en comunicación.

Cuenta con el asesoramiento y dirección académica de profesionales a nivel internacional, pertenecientes a ESIC (Business and Marketing School).

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://adresearch.esic.edu/rules-for-authors/>**

### **Revista Anàlisi**



*Figura 3-60. Logo de la Revista Anàlisi*

ANÀLISIS es la revista del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) cuyo contenido trata sobre los fenómenos relacionados con los medios de comunicación masivos. La línea de la revista se basa en temas de actualidad en torno a los problemas centrales en el desarrollo del estudio de la comunicación.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://www.uoc.edu/ojs/index.php/analisi/about>**

### **Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales.**

COMUNICACIÓN

*Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*

*Figura 3-61. Logo de la Revista COMUNICACIÓN*

La Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales es una publicación científica cuyo objetivo es la investigación académica acerca de temas relacionados con la comunicación audiovisual, la publicidad, las relaciones públicas, la propaganda y los estudios culturales. Dirigida a docentes e investigadores de las Ciencias Sociales y Humanidades.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://www.revistacomunicacion.org/normas.html>**

## **Revista Comunicación y Sociedad**



*Figura 3-62. Logo de la Revista Comunicación y Sociedad*

Comunicación y Sociedad es una revista académica semestral conformada por un Consejo Editorial Internacional y publicada por el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara.

Es una publicación especializada en temas comunicacionales constituye un medio de difusión de avances y resultados de investigación. Publica artículos de alto nivel que ponen al día al lector sobre temas que forman parte de las preocupaciones en el campo de la comunicación social.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/Normas.pdf>

## **Revista Conexiones**



*Figura 3-63. Logo de la Revista Conexiones*

Conexiones, Revista Iberoamericana de Comunicación, es una publicación de la Red Universitaria de Investigación en Comunicación (RIEC) integrada por prestigiosas universidades de Iberoamérica. Su objetivo es establecer un debate sobre los aspectos centrales de la cultura y los medios de comunicación. Además de ampliar y consolidar el campo de la investigación crítica en las sociedades iberoamericanas de las diferentes disciplinas que abordan el sistema de los medios de comunicación y sus manifestaciones culturales.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/normas-colaboracion-conexiones>

### **Revista Confines**



*Figura 3-64. Logo de la Revista Confines*

Revista semestral de carácter académico del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Publica artículos de investigación en ciencias sociales, especialmente de las áreas de ciencia política y relaciones internacionales. Está respaldada por un destacado Consejo Editorial y somete los artículos a arbitrajes externos procurando evaluar la calidad empírica y teórica de los trabajos a publicar.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://confines.mty.itesm.mx/>

### **Revista Cuadernos de Información**



*Figura 3-65. Logo de la Revista Cuadernos de Información*

Cuadernos de Información es una revista de estudios de comunicación y medios, publicada semestralmente por la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. La revista tiene como principal objetivo el análisis y la reflexión crítica en las distintas áreas de la comunicación sobre fenómenos de comunicación y medios en Chile e Iberoamérica.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI/about/submissions#authorGuidelines>

### **Revista Derecom**



*Figura 3-66. Logo de la Revista DEREKOM*

Derecom es una revista editada por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid que actualmente reúne investigaciones, estudios teóricos-prácticos y opiniones acerca de materias relacionadas con la comunicación. Tiene un promedio mensual de 5000 visitas y cuenta con la colaboración de alrededor 40 intelectuales, pensadores y ensayistas.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://www.derecom.com/criterios.html>**

### **Revista Eticanet**



*Figura 3-67. Logo de la Revista Eticanet*

Eticanet es una revista cuyo objetivo es ofrecer a la sociedad trabajos científicamente comprobados, que ayuden a profundizar en las diversas dimensiones de la aplicación de los medios y las tecnologías a la educación. Con especial incidencia en cuestiones derivadas de la evaluación de la calidad ética, estética y científica de los contenidos. Tiene su sede en la Universidad de Granada (España).

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/index.htm>**

### **Revista Fonseca – Journal of Communication**



*Figura 3-68. Logo de la Revista Fonseca*

Fonseca, Journal of Communication es una revista científica de investigación, avalada por la Universidad de Salamanca, cuyo objetivo es generar conocimiento sobre cuestiones relativas al amplio espectro del mundo de la comunicación, en sus múltiples manifestaciones: cine, radio, TV, medios digitales. Cuenta con un consejo científico conformado por prestigiosos investigadores de ámbito nacional e internacional.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://fjc.usal.es/index.php/normas>

### **Revista Faro**



*Figura 3-69. Logo de la Revista Faro*

Revista Faro es publicada por la Universidad de Playa Ancha (Chile), difunde producción académica sobre problemáticas sociales, culturales y comunicacionales derivadas de los complejos procesos de transformación mundial, local y regional, desde una perspectiva latinoamericana, la reflexión crítica e innovadora.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://web.upla.cl/revistafaro/n\\_publicar.htm](http://web.upla.cl/revistafaro/n_publicar.htm)

### **Revista Mediaciones Sociales**



*Figura 3-70. Logo de la Revista Mediaciones Sociales*

El propósito fundamental de la Revista Mediaciones Sociales de la Universidad Complutense de Madrid es estar al servicio de una creciente comunidad internacional de profesores e investigadores universitarios y profesionales de reconocido prestigio que trabajan en el campo de la mediación social, para poner en común los resultados de sus investigaciones y así debatir sobre los nuevos retos teórico-metodológicos de la comunicación global.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://www.ucm.es/info/mediars/Normas/normaseditoriales.html>**

### **Revista Palabra Clave**



*Figura 3-71. Logo de la Revista Palabra Clave*

La revista Palabra Clave, editada por la Universidad de la Sabana (Colombia) es un espacio dedicado a la difusión, investigación y reflexión sobre temas vinculados con la comunicación y su relación con la sociedad.

El contenido de la publicación tiene un enfoque científico, analítico y crítico.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/about/submissions#onlineSubmissions>**

### **Revista Razón y Palabra**



*Figura 3-72. Logo de la Revista Razón y Palabra*

Es una publicación bimestral que pretende reunir el pensamiento y la reflexión sobre fenómenos comunicativos, de quienes estén interesados en publicar sobre este tópico.

En esta revista especializada pueden colaborar alumnos, docentes e investigadores de diferentes corrientes de pensamiento, distintas universidades y centros de investigación de México y el mundo.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://www.razonypalabra.org.mx/editorial.html>**

### **Revista Redhecs**



*Figura 3-73. Logo de la Revista REDHECS*

REDHECS, Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación, es una publicación digital, científica, arbitrada e indizada con periodicidad semestral. Especializada en Ciencias Sociales, Humanidades, Educación, Comunicación Social e Informática. Constituye un medio de difusión de la producción del conocimiento generado por los investigadores.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

**<http://www.urbe.edu/publicaciones/redhecs/normas.html>**

## **Revista Zer**



*Figura 3-74. Logo de la Revista ZER*

Revista semestral editada por la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco. Publica artículos científicos en castellano, euskera e inglés en el área de comunicación. ZER está presente en las principales bases de datos internacionales y plataformas de evaluación, entre las de mayor índice de impacto en su ámbito.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/guia.pdf>

## **Revista Adversus**



*Figura 3-75. Logo de la Revista ADVERSUS*

AdVersus es una publicación periódica semestral. Cuenta con dos versiones y tiene por objeto difundir trabajos originales en español, italiano, francés y portugués sobre temas de realidad socio-cultural europea y americana.

También publica traducciones de artículos escritos en inglés, ruso y alemán, dedicados a cuestiones teóricas de semiótica y lingüística en general.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://www.adversus.org/sumario/pautas\\_publici.htm](http://www.adversus.org/sumario/pautas_publici.htm)

## **Revista Anagramas**



*Figura 3-76. Logo de la Revista Anagramas*

La revista Anagramas es desarrollada por la Facultad de Comunicación y Relaciones Corporativas de la Universidad de Medellín. Su objetivo es difundir las investigaciones realizadas por académicos en el ámbito de la comunicación, en la búsqueda de intercambiar y compartir trabajos en la comunidad internacional.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

<http://www.udem.edu.co/UDEM/Editorial/Principal/revistas1.htm>

## **Revista Milenio**



*Figura 3-77. Logo de la Revista Milenio*

El objetivo principal de Milenio es estimular la investigación, la creación y divulgación de conocimientos tecnológicos, científicos y humanistas. Milenio es una revista de carácter interdisciplinario por lo que promueve la publicación de artículos de índole académico y profesional.

Información sobre cómo publicar artículos en la revista:

[http://www.uprb.edu/milenio/milenio\\_principal.htm](http://www.uprb.edu/milenio/milenio_principal.htm)

**Observación:** El catálogo contiene actualmente 55 opciones de revistas indexadas. Sin embargo, dicha cantidad se puede incrementar periódicamente, mediante los vínculos que se generen a lo largo del desarrollo del Plan de Comunicación.

<p><a href="http://revistas.luz.edu.ve/index.php/laarte/index">http://revistas.luz.edu.ve/index.php/laarte/index</a> <a href="http://revistas.luz.edu.ve/normativas/hormas_situarte.pdf">http://revistas.luz.edu.ve/normativas/hormas_situarte.pdf</a></p>  <p><b>REVISTA ARTE INDIVIDUO Y SOCIEDAD</b></p> <p>Arte, Individuo y Sociedad es una revista desarrollada por la Universidad Complutense de Madrid, que aborda temas artísticos y sus relaciones con el contexto social, histórico, político y cultural en que se produce. Desde distintos campos científicos hace hincapié en la educación artística, la creatividad y el análisis de la conducta y la experiencia estética. Está dirigida a especialistas, investigadores y profesionales del campo de la educación artística y la creatividad.</p> <p><a href="http://www.arteindividuosociedad.es/index.html">http://www.arteindividuosociedad.es/index.html</a> <a href="http://www.arteindividuosociedad.es/envio.html">http://www.arteindividuosociedad.es/envio.html</a></p> <p><b>Arte, Individuo y Sociedad</b></p> <p><b>REVISTA ARTIGRAMA</b></p> <p>Artigrama es una revista científica de periodicidad anual constituida por investigaciones de diversas universidades españolas y extranjeras especialistas en diferentes líneas culturales. Está dedicada a la difusión de la investigación científica sobre Historia del Arte, Historia del Cine y Musicología, áreas sobre las que se publican artículos en la revista.</p> <p><a href="http://www.unizar.es/artigrama/">http://www.unizar.es/artigrama/</a> <a href="http://www.unizar.es/artigrama/html_art/normas.html">http://www.unizar.es/artigrama/html_art/normas.html</a></p>  <p><b>REVISTA SECUENCIAS</b></p> <p>Secuencias es una publicación semestral dedicada a los estudios cinematográficos, desde un enfoque historiográfico. Tiene por objeto colaborar en la difusión de artículos de investigación relativos a la historia del cine en cualquiera de sus aspectos u orientaciones que se realice en España y en el ámbito internacional. Además ofrece un listado de artículos de investigación disponibles en tres secciones complementarias: notas, reseña y DVD's.</p> <p><a href="http://web.uam.es/servicios/epoyodocencia/co/secuencias/">http://web.uam.es/servicios/epoyodocencia/co/secuencias/</a> <a href="http://web.uam.es/servicios/epoyodocencia/co/secuencias/">http://web.uam.es/servicios/epoyodocencia/co/secuencias/</a></p>  <p><b>REVISTA ARCHIVOS DE LA FILMOTECA</b></p> <p>Archivos de la filmoteca es una revista cuatrimestral de estudios históricos sobre la imagen. Incide necesariamente en la perspectiva histórica de las imágenes, pero también somete la tradición cinematográfica a la reflexión de estudiosos contemporáneos nacionales y extranjeros para actualizarla e reinterpretarla. Su objetivo prioritario es</p>	<p>difundir los estudios cinematográficos en Universidades y centros de investigación a nivel mundial.</p> <p><a href="http://vac.gva.es/la-filmoteca/publicaciones/revista-archivos">http://vac.gva.es/la-filmoteca/publicaciones/revista-archivos</a> <a href="http://vac.gva.es/la-filmoteca/publicaciones/archivos-originales">http://vac.gva.es/la-filmoteca/publicaciones/archivos-originales</a></p>  <p><b>REVISTA IMAGOFAGIA</b></p> <p>Imagofagia es una revista virtual de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual (ASAECA). Es una publicación semestral abierta a contribuciones de autores nacionales y extranjeros especializados en el estudio del cine y de los medios audiovisuales. Su propósito fundamental es difundir trabajos y debates de actualidad sobre problemas y temas afines a estas áreas.</p> <p><a href="http://asaeca.org/imagofagia/home.html">http://asaeca.org/imagofagia/home.html</a> <a href="http://www.asaeca.org/imagofagia/silo/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=22&amp;Itemid=29">http://www.asaeca.org/imagofagia/silo/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=22&amp;Itemid=29</a></p>  <p><b>REVISTA L'ATALANTE</b></p> <p>L'Atalante Revista, es una publicación semestral de estudios cinematográficos indexada en la reconocida base de datos de revistas científicas Thomson Reuters (Philadelphía). Es editada por la Asociación L'Atalante y distribuida por el Servicio de Publicaciones de la Universitat de València (SPUV) en librerías de España y otros países de habla hispana. L'Atalante publica ensayos inéditos sobre temas interdisciplinares con la teoría y práctica cinematográfica que destacan por su carácter innovador y creativo.</p> <p><a href="http://www.cineforumatalante.com/index.html">http://www.cineforumatalante.com/index.html</a> <a href="http://www.cineforumatalante.com/publicaciones_index.html">http://www.cineforumatalante.com/publicaciones_index.html</a></p>  <p><b>REVISTA METAKINEMA</b></p> <p>Es una revista científica de cine e historia publicada por el Grupo de Investigación de la Junta de Andalucía y el área de Estudios Transdisciplinares sobre el Arte Cinematográfico. Metakinema se constituye como un foro donde investigadores procedentes de distintas disciplinas pueden presentar sus reflexiones orientadas a subrayar el componente histórico del hecho cinematográfico desde distintos campos del conocimiento.</p> <p><a href="http://www.metakinema.es/">http://www.metakinema.es/</a> <a href="http://www.metakinema.es/normas%20de%20publicacion.html">http://www.metakinema.es/normas%20de%20publicacion.html</a></p> 	 <p><b>EDCOM</b> ESCUELA DE COMUNICACIÓN VISUAL</p> <p><b>INDEXA EDCOM</b></p> <p><b>Catálogo de Revistas Indexadas</b></p>
<p><b>REVISTA ACTAS DE DISEÑO</b></p> <p>La revista Actas de Diseño es una publicación académica y profesional de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (Buenos Aires- Argentina). Tiene dos versiones una impresa y otra digital. Su coordinación está a cargo del Encuentro Latinoamericano del Diseño. En ella constan los artículos realizados por profesionales nacionales y/o extranjeros. La temática de los artículos se basa en propuestas teóricas – metodológicas acerca de la experiencia, creación e investigación de la educación superior.</p> <p><a href="http://fibo.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2008/05_publicaciones/actas_diseño.html">http://fibo.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2008/05_publicaciones/actas_diseño.html</a> <a href="http://fibo.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2008/05_publicaciones/01_actas_diseño/01_formato_articulo.html">http://fibo.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2008/05_publicaciones/01_actas_diseño/01_formato_articulo.html</a></p>  <p><b>REVISTA DISEÑO Y SOCIEDAD</b></p> <p>Diseño y Sociedad es una revista periódica internacional de investigación científica sobre los campos de los diseños y sus problemáticas. Perteneció a la Unidad Xocómico de la División de Ciencias y el Arte para el Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana de México. Tiene dos versiones una impresa y otra digital. Su propósito es aportar con investigaciones y críticas realizadas por profesionales referentes a las estructuras y procesos socioculturales.</p> <p><a href="http://disenyosociedad.xoc.uam.mx/convoa.htm">http://disenyosociedad.xoc.uam.mx/convoa.htm</a></p>  <p><b>REVISTA KEPES (COLOMBIA)</b></p> <p>La revista Kepes está bajo la supervisión de la Universidad de Caldas en Colombia. Su circulación y cañe se basa en contactos que se tienen con el Festival Internacional de la Imagen, la Red Académica de diseño (RAD), la Universidad Politécnica de Cataluña, la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Toulouse, y la Universidad de Ohio.</p> <p><a href="http://kepes.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_frontpage&amp;Itemid=1">http://kepes.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_frontpage&amp;Itemid=1</a></p>  <p><b>REVISTA DE LA ASOCIACIÓN ARAGONESA DE CRÍTICOS DE ARTE</b></p> <p>AACA digital es la revista de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte. Su objetivo es dar lugar a los trabajos de investigación realizados por sus asociados y a la vez servir de referencia no solo a especialistas sino también a quienes estén interesados en estudios relacionados con el arte contemporáneo de su asociación y el de la sociedad en general. Los trabajos realizados estarán relacionados con la investigación, ensayo y reseña de las publicaciones.</p> <p><a href="http://www.aacadigital.com/">http://www.aacadigital.com/</a> <a href="http://www.aacadigital.com/contenido.php?modulo=normas">http://www.aacadigital.com/contenido.php?modulo=normas</a></p>	 <p><b>REVISTA AISTHESIS</b></p> <p>Aisthesis es una publicación semestral especializada del Instituto de Estética de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Su propósito central es el estudio de la estética a partir de un registro interdisciplinario orientado a la discusión y debate de problemáticas relativas al arte y la cultura en Chile y Latinoamérica a través del cual también busca difundir el trabajo de sus académicos.</p> <p><a href="http://estetica.uc.cl/publicaciones/revista-aisthesis/110-revista-aisthesis-rn48">http://estetica.uc.cl/publicaciones/revista-aisthesis/110-revista-aisthesis-rn48</a> <a href="http://estetica.uc.cl/publicaciones/revista-aisthesis">http://estetica.uc.cl/publicaciones/revista-aisthesis</a></p>  <p><b>REVISTA ARS BILDUMA</b></p> <p>La revista Ars Bilduma es una publicación electrónica de periodicidad anual y de acceso abierto del Departamento de Historia del Arte y Música de la Facultad de Letras de la Universidad Vitoria-Gasteiz. El objetivo es difundir artículos de investigación en el ámbito de la Historia del Arte y sus especialidades. Comprende todas las artes escénicas y audiovisuales como las líneas preferenciales de la misma.</p> <p><a href="http://www.ehu.es/qs/index.php/lars_bilduma/index">http://www.ehu.es/qs/index.php/lars_bilduma/index</a> <a href="http://www.ehu.es/qs/index.php/lars_bilduma/article/view/1564/CRITERIO%20y%20normas%20de%20publicacion%20C3%93">http://www.ehu.es/qs/index.php/lars_bilduma/article/view/1564/CRITERIO%20y%20normas%20de%20publicacion%20C3%93</a></p>  <p><b>REVISTA ARTNODES (ESPAÑA)</b></p> <p>ARTNODES es una revista digital impulsada por la Universitat Oberta de Catalunya que tiene por objeto el análisis de las intersecciones entre las artes, las ciencias y las tecnologías. ARTNODES publica aportaciones centradas en la reflexión y el estudio de las intersecciones entre el arte, la ciencia y la tecnología, tanto desde un punto de vista formal, histórico, como conceptual.</p> <p><a href="http://artnodes.uoc.edu/qs/index.php/artnodes/">http://artnodes.uoc.edu/qs/index.php/artnodes/</a> <a href="http://artnodes.uoc.edu/qs/index.php/artnodes/about/submissions/authoRGuidelines">http://artnodes.uoc.edu/qs/index.php/artnodes/about/submissions/authoRGuidelines</a></p>  <p><b>REVISTA CALLE 14</b></p> <p>Revista especializada en arte que facilita la creación y desarrollo de comunidades artísticas disciplinares e interdisciplinares entre redes de investigadores como instrumento de transformación de sujetos y colectividades. Esta revista publica artículos inéditos, resultado de la actividad investigativa, académica y creativa de los especialistas y</p>	<p>profesionales del área.</p> <p><a href="http://gemini.udelstat.edu.co/comunidad/grupos/calle14/revista.html">http://gemini.udelstat.edu.co/comunidad/grupos/calle14/revista.html</a> <a href="http://gemini.udelstat.edu.co/comunidad/grupos/calle14/qs/normas%20autores.html">http://gemini.udelstat.edu.co/comunidad/grupos/calle14/qs/normas%20autores.html</a></p>  <p><b>REVISTAS ENCLAVES DEL PENSAMIENTO</b></p> <p>En-claves del pensamiento es una revista de Humanidades sobre arte, filosofía, historia, literatura y psicología. Es una publicación semestral de la División de Humanidades y Ciencias Sociales, del Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México. Esta revista el propósito de realizar investigaciones en base al ser humano y a su reflexión sistemática dentro cotidianidad y en lo más profundo de la acción social.</p> <p><a href="http://www.ccm.tesim.mx/en-claves/indexes.html">http://www.ccm.tesim.mx/en-claves/indexes.html</a> <a href="http://www2.ccm.tesim.mx/hos/archivos/en-claves/convoaatoria.pdf">http://www2.ccm.tesim.mx/hos/archivos/en-claves/convoaatoria.pdf</a></p>  <p><b>REVISTA FEDRO</b></p> <p>La revista Fedro es una publicación semestral dedicada a la reflexión filosófica en torno a la Estética y la Teoría de las Artes.</p> <p><a href="http://institucional.us.edu/fedro/">http://institucional.us.edu/fedro/</a> <a href="http://institucional.us.edu/fedro/index.php?page=normas-de-edicion">http://institucional.us.edu/fedro/index.php?page=normas-de-edicion</a></p>  <p><b>REVISTA GOYA</b></p> <p>La revista GOYA publica artículos de investigación sobre historia y teoría del arte desde cualquier perspectiva metodológica que se considere relevante. Las temáticas preferentes serán las relacionadas con el arte, la arquitectura y la cultura visual española e iberoamericana, desde la antigüedad hasta nuestros días, siempre que la reflexión se realice desde una perspectiva histórica.</p> <p><a href="http://www.fg.es/revista_goya/revista_goya.htm">http://www.fg.es/revista_goya/revista_goya.htm</a> <a href="http://www.fg.es/revista_goya/contenido/normas_redaccion.htm">http://www.fg.es/revista_goya/contenido/normas_redaccion.htm</a></p>  <p><b>REVISTA SITUARTE</b></p> <p>Es una revista dirigida por la Facultad Experimental de Arte de la Universidad de Zulia, Venezuela. Su compromiso es con el desarrollo de las artes y la cultura. Acepta artículos, reportes de investigación, manuscritos científicos, ensayos cortos, reseñas y entrevistas sobre: artes plásticas, danza, música, teatro y artes audiovisuales.</p>

Figura 3-78. Catálogo de revistas

### **3.3.4.1 Acciones**

Las acciones de la etapa de Posicionamiento, se establecen con el objetivo de proporcionar las herramientas más importantes para que los docentes sepan cómo, cuándo y dónde enviar sus artículos investigativos y que puedan ser publicados en las revistas indexadas seleccionadas según las áreas de EDCOM.

#### **3.3.4.1.1 Página Web**

Para que los docentes conozcan de manera directa cómo, cuándo y dónde publicar sus artículos investigativos; se establece el desarrollo de una página web que proporcione de manera eficaz las opciones de revistas indexadas. Además, este sitio contendrá la Guía para Docentes y los boletines informativos semanales, todo en formato digital para que puedan ser descargados. La difusión de la página se realizará con todas las herramientas implementadas en la primera etapa, es decir, mediante boletines, afiches, trípticos, volantes, correos masivos, etc.



*Figura 3-79. Afiche Promocional de la página web*



Figura 3-80. Interfaz principal de la página web

El nombre de la página web será INDEXA EDCOM. La dirección recomendada para la web es:

[www.indexaedcom.espol.edu.ec](http://www.indexaedcom.espol.edu.ec)

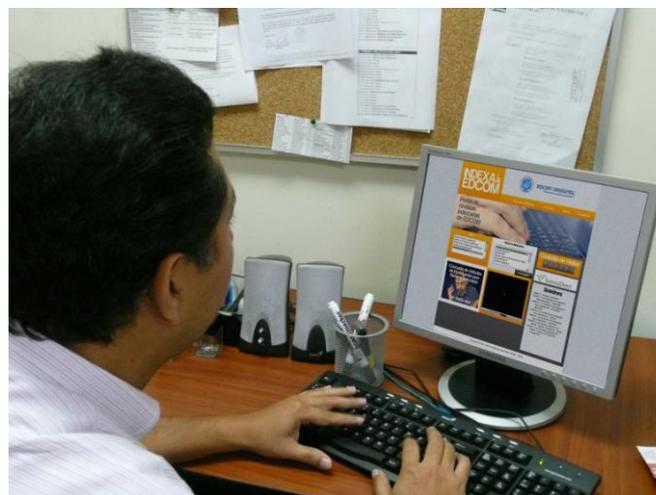


Figura 3-81. Docentes accediendo a la página

La web INDEXA EDCOM funcionará como un portal, en donde se indicarán las revistas indexadas, en las cuales los docentes podrán enviar sus artículos. Para acceder al sitio, se colocarán banners tanto en la página principal de ESPOL como en la de EDCOM, en donde se incluirá un botón que direcciona al sitio web.



Figura 3-82. Banner de la página en el sitio de la ESPOL



Figura 3-83. Botón de acceso a Revistas Indexadas en la página de EDCOM

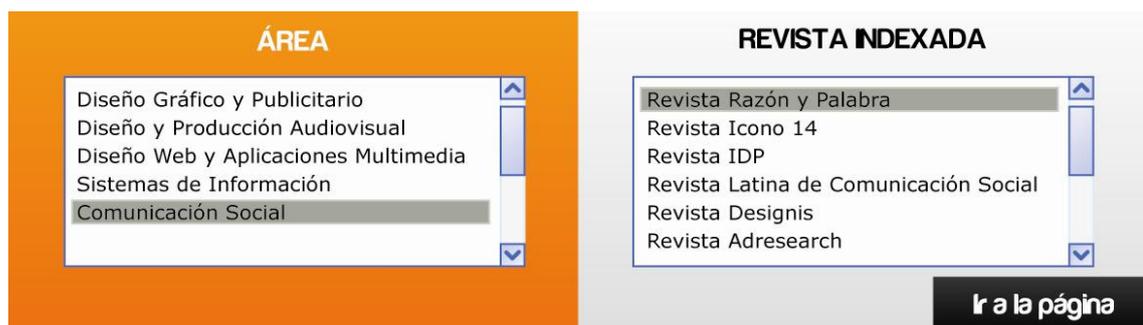
En su parte central, la página web tendrá dos listas interactivas.

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
- Comunicación Social

La segunda titulada **REVISTA INDEXADA**. Mostrará todas las revistas indexadas, de acuerdo al área seleccionada.

La interacción de las dos listas es fundamental. Por ejemplo, si un docente ingresa a la página y desea ver las opciones de revistas indexadas para el área de Comunicación Social; al dar click en Comunicación Social, de la lista **ÁREA**, obtendrá como resultado, los nombres de todas las revistas en las que puede enviar sus artículos y al dar click en el nombre de la revista, será direccionado a su sitio web, directamente a la información detallada de cómo enviar artículos para su publicación.



*Figura 3-84. Detalle de las listas Área y Revista Indexada*

En su estructura, la página también tendrá los siguientes menús y opciones:

Un menú titulado **ARTÍCULOS REALIZADOS**, en donde se presentará una lista de los artículos realizados por los docentes de EDCOM. En el caso actual, se pondría de la siguiente forma:



Figura 3-85. Menú Artículos Realizados

Al seleccionar alguno de los artículos nos direccionará directamente al artículo publicado. Por ejemplo, al dar click en: Artículo por José Santibáñez, nos llevará a:

<http://www.iyd.espol.edu.ec/index.php/investigacion-y-desarrollo-2011-18/525-el-comic-medio-educomunicativo-de-ciencia-y-tecnologia56>

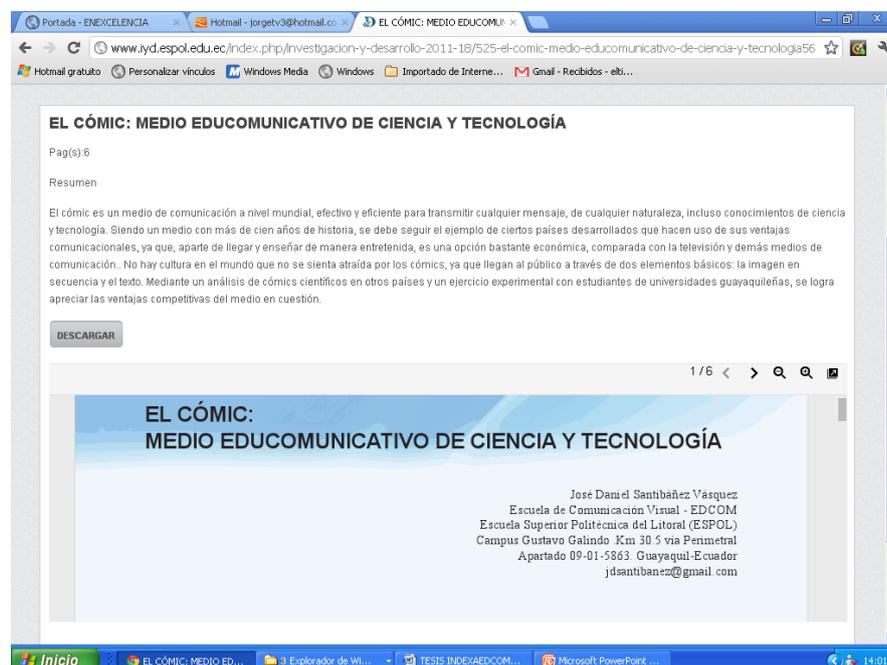


Figura 3-86. Artículo realizado por José Daniel Santibáñez

Un menú titulado LINKS, en donde se mostrará una lista de direcciones importantes como:

- Capacitación EDCOM (<http://www.capacitacion.espol.edu.ec/>)
- Revista RTE-ESPOL (<http://www.rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica>)
- Revista Investigación & Desarrollo de ESPOL (<http://www.iyd.espol.edu.ec/>)
- Revista Entre Tintas (<http://www.entretintas.com/>), etc.



*Figura 3-87. Menú Links*

Un menú titulado AYUDA, que direccionará a una página que contendrá todos los vínculos de ayuda, con información indispensable para utilizar los recursos relacionados a INDEXA EDCOM.

Aquí estarán disponibles para descargar, el Manual de Vínculos y la Guía para Docentes. Además, si se da el caso, se incluirá la información para que los usuarios sepan cómo utilizar los servicios adquiridos por EDCOM.

Por ejemplo, si EDCOM adquiere el recurso de ScienceDirect de ELSEVIER, en esta página estará disponible para descargar la guía completa de cómo usar el servicio ScienceDirect.



Figura 3-88. Menú Ayuda

Un menú titulado CONTACTÉNNOS, que direccionará a nuestros dos correos electrónicos para que los usuarios puedan comunicarse directamente con nosotros.



Figura 3-89. Menú Contáctenos

Se destinará un espacio para los banners. Aquí se colocará, por ejemplo, el banner promocional del concurso para los docentes. Los banners serán interactivos ya que al seleccionarlos, direccionarán a la página de AYUDA, en donde se indicará la información referente al banner. Por ejemplo, al dar click sobre el banner del concurso, direccionará a la página donde se detallen las bases para participar.



Figura 3-90. Detalle del Banner del Concurso

El sitio también contará con la sección BOLETINES. Un menú desplegable, donde se archivarán todos los boletines realizados y el usuario podrá elegir el boletín que necesite. Al dar click en el boletín que se desea revisar, automáticamente permitirá la descarga del documento en formato PDF.

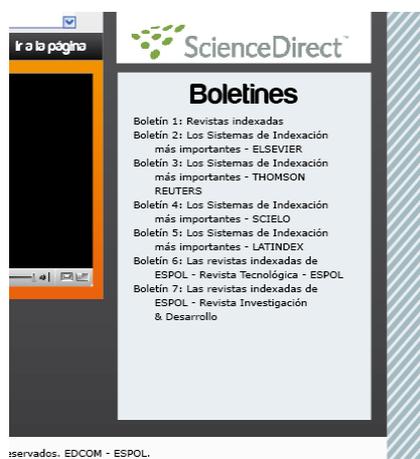


Figura 3-91. Detalle de la sección Boletines

**Observaciones:** Como se indicó en la primera etapa del Plan de Comunicación, si EDCOM destina fondos para realizar vínculos y de esta forma se afilia, suscribe o adquiere alguno de los servicios propuestos en el Manual de Vínculos, se debe incluir en la página web el banner del servicio adquirido, cuya función será que al dar click sobre él, direcciona a la web del servicio. Además, en la página AYUDA se debe incluir el link o documento para descargar la guía de usuario del servicio adquirido por EDCOM, tal como se citó en el ejemplo de ScienceDirect de ELSEVIER.



*Figura 3-92. Detalle del Banner del Servicio Adquirido: ScienceDirect*

Además, la página posee un contador de visitas, como principal indicador del posicionamiento del sitio web.



*Figura 3-93. Detalle del contador de visitas*

### **3.3.5 Tercera Etapa: Proyección**

En la segunda etapa de desarrollo del Plan de Comunicación se logró dar respuestas eficaces y eficientes a las 6 preguntas esenciales sobre el tema de revistas indexadas. Mediante la implementación de las estrategias comunicativas de la primera y segunda etapa, se logró combatir el desconocimiento original sobre el tema, en todos los campos de acción.

Sin embargo, luego de difundir y posicionar las estrategias, es preciso desarrollar acciones para impulsar la producción editorial de la Unidad Académica. En este punto, podemos decir que tanto directivos como docentes tienen a su disposición toda la información necesaria sobre revistas indexadas; pero hace falta canalizar los esfuerzos realizados a través de un incentivo que proyecte los beneficios de todas las acciones implementadas.

Es así que en esta etapa se tiene planificado implementar de manera definitiva el concurso sobre revistas indexadas. Recordemos que en la primera etapa se establecieron las bases y se trabajó en conjunto con el Departamento de Posgrados, para que al llegar a esta etapa, se pueda difundir el concurso en toda la Unidad Académica.

Los tiempos de implementación del concurso dependen de los plazos establecidos por el Departamento de Posgrados; sin embargo, con las proyecciones del trabajo realizado y la efectividad de las estrategias del Plan, se estipula que desde la mitad de la segunda etapa ya se podrá contar con resultados positivos para iniciar el concurso y desarrollarlo como eje fundamental de esta tercera etapa.

### **3.3.5.1 Acciones**

Se difundirá y proyectará el concurso, mediante el desarrollo de un video informativo y el empleo de las estrategias comunicativas utilizadas en la primera y segunda etapa del Plan. El video se difundirá a través del Canal de YouTube de ESPOL y se mostrará en la página web INDEXA EDCOM.

#### **3.3.5.1.1 Video del Concurso**

El video tiene la finalidad de incentivar a los profesores para que participen en el concurso. Será difundido en cada computador utilizado por los docentes y también en la página web INDEXA EDCOM. A continuación las etapas de producción del video.

##### **Pre-Producción**

Comprende desde el momento en el que nace la idea hasta que empieza la elaboración. El mayor esfuerzo productivo se realiza en esta fase.

En este caso, primero se define la idea del video. Consiste en una animación 2D, que utiliza textos, imágenes y movimientos rápidos. Para su realización, se necesita un guión que sirve de referencia para fijar los tiempos de cada animación. Esta labor puede tomar hasta una semana de trabajo. Para un mayor detalle del trabajo realizado se presenta el Guión Literario y el Storyboard o Guión Gráfico del video. A continuación el Guión Literario:

**VIDEO PROMOCIONAL DEL CONCURSO DE ARTÍCULOS DE  
INVESTIGACIÓN  
PARA REVISTAS INDEXADAS**

**Duración: 45”**

**Locutor (VOZ EN OFF)**

Ahora que conoces sobre los beneficios de publicar artículos en una revista indexada

**(Pausa)**

Te invitamos a participar en el Primer Concurso de Artículos de Investigación para  
Revistas Indexadas.

**(Pausa)**

Premia al mejor artículo de investigación y está dirigido a todos los docentes de  
EDCOM.

**(Pausa)**

Ingresa a la página: [www.indexaedcom.espol.edu.ec](http://www.indexaedcom.espol.edu.ec)

**(Pausa)**

En donde podrás encontrar las bases del concurso.

**(Pausa)**

Los artículos enviados serán evaluados por un jurado conformado por profesionales de  
gran trayectoria.

**(Pausa)**

Podrás ganar cursos de capacitación a nivel local e internacional en el área de tu  
especialización.

**(Pausa)**

Porque detrás de cada docente hay un gran investigador. ¡Participa ahora!

**Guión Gráfico:** *Ver Anexo 0-2: Video Promocional del Concurso de Artículos de Investigación para Revistas Indexadas.*

### **Producción**

En el caso de una animación, la producción consiste básicamente en la elaboración de las pistas de audio y la grabación de la locución (Voz en Off).

Será necesaria la colaboración de un estudio de sonido adecuadamente equipado y de una persona que hará la función de locutor. Esta labor toma un día de trabajo.

### **Post-Producción**

Para el video promocional del concurso, la post-producción es la parte más importante, ya que es donde se acopla el sonido grabado y las pistas de audio con el video en sí.

En esta etapa se necesitará una computadora equipada para Edición de Audio y Video, en la cual se trabajará en diversos programas. Los más comunes son: Adobe After Effects, para la animación de gráficos. Final Cut (Mac) o Adobe Premiere (PC), para la edición del video y el montaje del sonido. Esta labor puede tomar hasta dos semanas de trabajo.

## 3.3.6 Cronograma

ACTIVIDADES POR MES		MESES																
		1			2			3										
ETAPA 1	Desarrollo del video de introducción																	
	Desarrollo del Manual de Vínculos																	
	Desarrollo de la Guía para Docentes																	
	Elaboración de boletines, folletos, afiches, trípticos																	
	Desarrollo de las bases del concurso																	
	Diseño de la página web																	
ETAPA 2	Publicación del sitio web																	
	Elaboración de boletines, folletos, afiches, trípticos																	
	Desarrollo del video de difusión del concurso																	
ETAPA 3	Desarrollo del concurso																	
	Elaboración de boletines, folletos, afiches, trípticos																	

Tabla 3-5. Cronograma

Para la planificación del cronograma, se ha distribuido de manera organizada el tiempo estimado para la realización de cada actividad. El desarrollo del Plan de Comunicación está determinado en 3 etapas, a realizarse en un tiempo de 3 meses.

Como en cada etapa está presente la elaboración de boletines, folletos, volantes, trípticos y afiches; este conjunto de materiales visuales se realizarán semanalmente durante los 3 meses.

En la primera etapa, para la producción del video de introducción, se destina una semana de trabajo. Para la publicación del Manual de Vínculos para Directivos y la Guía para Docentes, se destinan 2 semanas para completar la diagramación y todos los detalles de dicho material.

En el desarrollo de las etapas, se explicó claramente el concepto y contenido del concurso sobre revistas indexadas, utilizado como acción principal de la tercera etapa del Plan. Sin embargo, esto no significa que recién en la tercera etapa se empezará a trabajar en el concurso, porque para su estructuración, se debe empezar a trabajar desde el primer mes. Por este motivo, para concretar aspectos como elección de jurado, determinación de bases y premios, se destinan 7 semanas.

Situación similar ocurre con el desarrollo de la página web y el video del concurso. Para lograr publicar la página, se requiere que desde el primer mes se empiece a trabajar en su diseño. Por este motivo, se destina el primer mes para el diseño de la página. En cambio, para la publicación y difusión del sitio, se destinan 2 semanas correspondientes a la segunda etapa del Plan.

En cuanto al video para el concurso, se destinan las 3 últimas semanas del segundo mes para la preproducción, producción y post-producción del mismo.

De esta forma, en el tercer mes, quedan completamente establecidas las acciones implementadas y el Plan alcanza su total desarrollo.

**3.4 Balance de Personal**

	<b>CARGO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>SUELDO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>001</b>	Comunicador Social	3 meses	\$ 400,00	\$ 1.200,00
<b>002</b>	Diseñador Gráfico	3 meses	\$ 350,00	\$ 1.050,00
<b>003</b>	Diseñador Web	3 meses	\$ 300,00	\$ 900,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.150,00</b>

*Tabla 3-6. Balance de Personal***3.5 Balance de Equipos**

	<b>EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>001</b>	Impresora EPSON L200	1	\$ 350,00	\$ 350,00
<b>002</b>	Guillotina para papel	1	\$ 70,00	\$ 70,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 420,00</b>

*Tabla 3-7. Balance de Equipos*



## **CAPÍTULO 4** **PRESUPUESTO**

## **CAPÍTULO 4. PRESUPUESTO**

### **4.1 Antecedentes**

El Plan de Comunicación INDEXA EDCOM está constituido por tres etapas: Difusión, Posicionamiento y Proyección. En cada etapa se detallan estrategias y acciones para el manejo y difusión de la información.

En las tres etapas, están presentes la realización de afiches, boletines, trípticos y volantes. En la primera etapa se añade la creación del Manual de Vínculos y la Guía para Docentes, además de la producción de un video de expectativa, a modo de introducción general al Plan. En la segunda etapa, la acción principal constituye el desarrollo de la página web INDEXA EDCOM. En este sitio, los docentes encontrarán todas las opciones de revistas indexadas en donde pueden enviar sus artículos.

En la tercera etapa, la acción principal es la realización del Primer Concurso de Artículos de Investigación para Revistas Indexadas, cuyas bases y desarrollo se trabajará en conjunto con el Departamento de Posgrados de EDCOM. Se contempla también la realización de un video promocional. El Concurso premiará al mejor artículo investigativo y el dictamen será realizado por un jurado de profesionales, externos a la universidad.

Para el desarrollo integral del Plan de Comunicación se destina un periodo de 3 meses, que involucra la realización de cada una de las estrategias detalladas.

### **4.2 Gastos Financieros**

El proyecto consiste en la implementación de un Plan de Comunicación en EDCOM y no en la constitución de una empresa. Por ello, no se necesita adquirir maquinarias y equipos, ni incurrir en gastos de servicios básicos, gastos de obra física y publicidad.

El rubro Capital de Trabajo representa el valor monetario con el que debe contar cualquier persona o grupo antes de iniciar un proyecto. En este caso, el Capital de Trabajo es \$1.080,00, dicha cantidad, es el valor necesario para el desarrollo del proyecto.

Para obtener este Capital de Trabajo es preciso realizar un apalancamiento del 100% con una institución financiera. La tasa de interés en préstamos de consumo es en promedio el 15%.

MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 0,00
GASTOS OBRA FISICA	\$ 0,00
PUBLICIDAD	\$ 0,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 1.080,00</b>
<b>TOTAL GASTOS INV. INICIALES</b>	<b>\$ 1.080,00</b>
TASA DE INTERES	15%
GASTOS DE INTERESES	\$ 162,00

*Tabla 4-1. Tabla Gastos Financieros*

### 4.3 Sueldos y Salarios

Para el desarrollo del Plan de Comunicación es necesario contar con capital humano que trabaje por un periodo de 3 meses, tiempo necesario para poder estructurar las etapas del Plan de Comunicación.

Los cargos necesarios son: Un Comunicador Social encargado de coordinar y dirigir cada una de las acciones detalladas en el Plan; su salario mensual es de \$400,00 y un Diseñador Gráfico con conocimientos en diagramación, edición de video y diseño web; su salario mensual es de \$350,00.

	<b>SALARIO POR MES</b>	<b>OCUPANTES DEL CARGO</b>	<b>DURACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>SALARIO TOTAL</b>
<b>COMUNICADOR SOCIAL</b>	\$ 400,00	1	3 Meses	\$ 1.200,00
<b>DISEÑADOR GRÁFICO</b>	\$ 350,00	1	3 Meses	\$ 1.050,00
<b>TOTAL GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS</b>				<b>\$ 2.250,00</b>

*Tabla 4-2. Tabla Sueldos y Salarios*

### 4.4 Alquiler

Los Gastos de Alquiler son destinados a Equipos de Computación. El costo de alquiler de una PC es de \$1 por hora y el costo de alquiler de una Mac es de \$1,40 por hora.

Con 5 horas diarias de trabajo, durante un periodo de 90 días, correspondientes a los 3 meses necesarios para trabajar en el desarrollo del proyecto. El costo total de alquiler de una PC es \$450,00. Por su parte, con 5 horas diarias de trabajo, por un periodo de 90 días, para el alquiler de una Mac representa un costo de \$630,00.

	CANTIDAD	DURACIÓN EN DÍAS	COSTO DEL ALQUILER POR DÍA	ALQUILER POR PROYECTO
PC	1	90	\$ 5,00	\$ 450,00
MAC	1	90	\$ 7,00	\$ 630,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.080,00</b>

*Tabla 4-3. Tabla Detalle de Alquiler*

#### 4.5 Margen de Comercialización

El Margen de Comercialización o Costo de Retribución se define como el porcentaje sobre el precio final que se percibe como beneficio neto al deducir los costos.

Según los Indicadores Financieros de la Superintendencia de Compañías, 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. Debido a que el Plan tiene como finalidad concretar la publicación de artículos en revistas indexadas. El margen de comercialización designado por la Superintendencia de Compañías para dicha actividad es 13,29%. (Ver Anexo 0-3: Indicadores de la Superintendencia de Compañías y Anexo 0-4: Margen de Comercialización para el Área de Comunicación)

#### 4.6 Presupuesto

Dentro del presupuesto se presentan los siguientes valores:

\$162 por concepto de Gastos Financieros, correspondientes al valor resultante de la tasa de interés del 15%.

\$2.250 por concepto de Gastos de Sueldos y Salarios, resultado de la suma total de los valores correspondientes a los Sueldos y Salarios. No tenemos Gastos de Servicios Básicos.

\$1.080 por concepto de Gastos de Alquiler, correspondientes al alquiler de los Equipos de Computación. La suma de estos tres gastos da el total de Gastos Operativos.

El Margen de Comercialización corresponde al 13,29%, establecido por la Superintendencia de Compañías.

El Precio de Venta del Proyecto es igual al Total de Gastos Operativos más el valor obtenido como Margen de Comercialización. Es decir, el Precio de Venta del proyecto es de \$3.772,56.

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

*Tabla 4-4. Tabla Presupuesto*

## **4.7 Implementación**

Implementar el Plan de Comunicación significa que EDCOM ponga en marcha las acciones desarrolladas en las 3 etapas del Plan. Por este motivo, es importante detallar con cantidades y precios las acciones constitutivas del Plan de Comunicación.

Como se explicó en el Plan de Desarrollo, los ejes fundamentales de las tres etapas del Plan de Comunicación son la realización de afiches, trípticos, volantes y boletines. En la primera etapa, los aspectos adicionales son la realización del Manual de Vínculos y la Guía para Docentes, con sus respectivos respaldos en CD.

De esta forma, el detalle para la implementación de la primera etapa, es el siguiente:

	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>GUÍA PARA DOCENTES</b>	73	\$ 24,00	\$ 1.752,00
<b>CD'S</b>	100	\$ 0,70	\$ 70,00
<b>MANUAL PARA DIRECTIVOS</b>	4	\$ 12,00	\$ 48,00
<b>AFICHES</b>	8	\$ 2,10	\$ 16,80
<b>TRÍPTICOS</b>	146	\$ 0,16	\$ 23,36
<b>VOLANTES</b>	80	\$ 0,04	\$ 3,20
<b>BOLETINES</b>	292	\$ 0,08	\$ 23,36
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.936,72</b>

Tabla 4-5. Tabla Detalle de Implementación para el Primer Mes

A partir del segundo mes, el detalle para la implementación del Plan es el siguiente:

	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL
<b>AFICHES</b>	8	\$ 2,10	\$ 16,80
<b>TRÍPTICOS</b>	146	\$ 0,16	\$ 23,36
<b>VOLANTES</b>	80	\$ 0,04	\$ 3,20
<b>BOLETINES</b>	292	\$ 0,08	\$ 23,36
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 66,72</b>

Tabla 4-6. Tabla Detalle de Implementación a partir del Segundo Mes

**Observaciones:** Es importante considerar que si no se decide imprimir el Manual para Directivos y la Guía para Docentes, ambos documentos estarán disponibles en formato digital, completamente diagramados y accesibles de forma permanente en el sitio web INDEXA EDCOM.

Si no se imprimen estos documentos, la inversión para la implementación será de \$66,72 cada mes.

## 4.8 Conclusiones

- El capital de trabajo constituye el aporte inicial necesario para operar el proyecto. Para ello se debe recurrir a un apalancamiento del 100% con una institución financiera cuya tasa de interés para préstamos de consumo es en promedio 15%.

- Los indicadores Financieros de la Superintendencia de Compañías señalaron 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.
- 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 mensuales, 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.



**CAPÍTULO 5**  
**CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**

## **CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Limitaciones del Estudio**

El tiempo destinado para el desarrollo del contenido del Plan de Comunicación fue un factor limitante, ya que al no contar con estrategias y acciones previas como referencia, originaron que cada concepto, contacto, estrategia y acción fueran desarrolladas desde cero. Por este motivo, el tiempo destinado para la estructuración del Plan fue limitado. Además, como el estudio de mercado se tuvo que realizar en el periodo vacacional, esta situación generó dificultades para ubicar a los directivos y docentes.

El desconocimiento general en la Unidad Académica acerca de las revistas indexadas de ESPOL y los parámetros para publicar artículos; causaba recelo en los entrevistados, al momento de contestar nuestras preguntas, porque pensaban que al poner en evidencia dicha información podría perjudicarlos de alguna manera.

La falta de vínculos de EDCOM con revistas indexadas y sistemas de indexación originó que al momento de contactar a importantes revistas e instituciones; tengamos que explicar la existencia de la universidad, su trascendencia a nivel investigativo y su importancia en el país, ya que en la mayoría de los casos, las instituciones internacionales responsables de las revistas y sistemas de indexación, desconocían del trabajo realizado por EDCOM.

La falta de una política editorial en relación a licencias y publicación de artículos originó que no exista una base referencial destinada a los parámetros de redacción ni publicación. Es decir, los docentes no tenían claro el hecho de que al publicar alguna investigación en internet, sin conocer las licencias que los amparan, están poniendo en riesgo los derechos de autor de sus trabajos y pueden atentar también contra las leyes de propiedad intelectual, al no citar debidamente las fuentes bibliográficas.

### **5.2 Conclusiones**

- EDCOM, al no contar con vínculos y opciones de revistas indexadas en donde publicar artículos, tiene poca proyección a nivel investigativo internacional.

- 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.
- La implementación de un 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.
- El 94% de los docentes encuestados están interesados en escribir artículos en revistas indexadas.
- 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 tiempo requerido para la realización del Plan de Comunicación es de 3 meses. Periodo necesario para la óptima implementación de sus 3 etapas.
- El Plan de Comunicación utiliza estrategias que involucran el uso eficiente de recursos audiovisuales mediante el desarrollo de videos informativos que permiten comunicar los mensajes del Plan de manera directa y eficaz.

- 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.
- El Capital de Trabajo de nuestro proyecto es de \$1.080 equivalente a nuestros Gastos de Alquiler, dicho valor se obtiene por medio de un apalancamiento del 100% con una institución financiera cuya tasa de interés por concepto de préstamos de consumo es en promedio del 15%, es decir nuestro Gasto de Interés es de \$162.
- Según los Indicadores Financieros de la Superintendencia de Compañías, la realización de nuestro proyecto 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 nuestra actividad es del 13,29%, correspondiente a \$442,56.
- En el Presupuesto del proyecto se determinaron los siguientes valores: Gastos Financieros \$162, Gastos Sueldos y Salarios \$2.250, Gastos Alquiler \$1.080, Total Gastos Operativos \$3.330. 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 realiza sólo una vez. Si no se imprimen el Manual y la Guía, la inversión para la implementación será de \$66,72 cada mes.

### **5.3 Recomendaciones**

- Se recomienda la implementación del Plan de Comunicación en EDCOM debido a su total aceptación por parte de docentes y directivos, ya que el 100% de los encuestados expresa la necesidad de la implementación de nuestro servicio.
- Se recomienda destinar más tiempo al estudio de mercado y efectuarlo en periodo de clases, ya que de esta forma, se puede contar con el personal completo y el normal funcionamiento de la Unidad Académica.
- Es recomendable 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 implementar los recursos audiovisuales y tecnológicos detallados en las etapas del Plan de Comunicación, debido a que dichas acciones combinan aspectos importantes de todas las áreas de EDCOM.
- Es recomendable que EDCOM considere concretar la vinculación con alguno de los sistemas de indexación e instituciones detalladas en el Manual de Vínculos para que de esta forma se incremente la proyección internacional de toda la Unidad Académica.

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. Flores Alés, Andrés J. Ejemplos de bibliografía para revistas indexadas. ISSN 1695-7504, Vol. VIII, nº 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 (2011). Servicios de indexación y resumen utilizados para los procesos de indexación y homologación de Revistas Especializadas.
4. Catálogo de Evaluación de publicaciones realizado por LATINDEX. Disponible en: <http://www.latindex.unam.mx/latindex/catalogo.html>
5. Charum J. (2004). La Construcción de un Sistema de Indexación, el Caso de Publindex. Mayo- Agosto 2004, ISSN 1405-1435, UAEM, México.
6. Información de Creative Commons. Disponible en: <http://creativecommons.org/>

### **Direcciones de Internet**

- [http://www.nfais.org/publications/white\\_papers\\_1.htm](http://www.nfais.org/publications/white_papers_1.htm)
- [http://201.234.78.173:8084/publindex/docs/Sires\\_2003-2005.pdf](http://201.234.78.173:8084/publindex/docs/Sires_2003-2005.pdf)
- <http://www.espol.edu.ec/>
- <http://www.edcom.espol.edu.ec>
- [http://www.webometrics.info/index\\_es.html](http://www.webometrics.info/index_es.html)
- <http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings>
- <http://www.topuniversities.com/university-rankings/latin-american-university-rankings/2011>
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/universidad-catolica-la-mejor-puntuada-505255.html>
- [http://www.planop.espol.edu.ec/index.php/informacionpublica/ig1302\\_1?idObjetivoAct=19](http://www.planop.espol.edu.ec/index.php/informacionpublica/ig1302_1?idObjetivoAct=19)

- <http://www.latindex.unam.mx/>
- <http://hapi.ucla.edu/web/index.php?token=984aa4b4333f85a0fc2bdcf596d54a13>
- <http://www.scielo.cl/>
- <http://ip-science.thomsonreuters.com/es/>
- <http://www.vinv.ucr.ac.cr/girasol-ediciones/archivo/girasol26/indexada.htm>
- <http://abelsuing.wordpress.com/2011/03/22/publicaciones-de-los-profesores-de-la-escuela-de-comunicacion-social-de-la-utpl/>
- [http://www.senescyt.gob.ec/c/document\\_library/get\\_file?uuid=a7911ab3-020e-47ce-8639-7481214e5758&groupId=10156](http://www.senescyt.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=a7911ab3-020e-47ce-8639-7481214e5758&groupId=10156)
- <http://www.sciencedirect.com/>
- <http://201.234.78.173:8084/publindex/>
- <http://www.cindoc.csic.es/>
- <http://www.elseviermexico.com/>
- [http://www.statindex.org/CIS/index\\_html](http://www.statindex.org/CIS/index_html)
- <http://www.cas.org/ASSETS/F5424B3A031F4C0496EB4773308FB081/casprice.pdf>
- [http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/eventos/tmp/REvistas\\_latinoamericanas.html](http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/eventos/tmp/REvistas_latinoamericanas.html)
- <http://www.sciencedirect.com/>
- <http://journals.cambridge.org/action/login>
- <http://www.ipl.org>
- <http://www.mitpressjournals.org/page/packagepricelist>
- [bddoc.csic.es:8080/](http://bddoc.csic.es:8080/)

### **Visitas de campo**

- ESPOL, Campus “Gustavo Galindo Velasco”
- ESPOL, Campus “Las Peñas”



**ANEXOS**

## ANEXOS

## Anexo 0-1: Video de Introducción del Plan de Comunicación INDEXA EDCOM

No. Plano	Imagen	Sonido	Duración
1		Proyecta tus artículos de investigación al mundo	5''
2			5''
3		Todo sobre las revistas indexadas, lo encontrarás en el Plan de Comunicación	5''
4		INDEXA EDCOM. Tu futuro empieza ahora.	5''
TOTAL			20''

**Anexo 0-2: Video Promocional del Concurso de Artículos de Investigación para Revistas Indexadas**

No. Plano	Imagen	Sonido	Duración
1		Ahora que conoces sobre los beneficios de publicar artículos en una...	5''
2		Revista indexada... Te invitamos a participar en el	4''
3		Primer Concurso de Artículos de Investigación para Revistas Indexadas.	6''
4		Premia al mejor artículo de investigación y está dirigido para todos los docentes de EDCOM.	5''
5		Ingresa a la página: <a href="http://www.indexaedcom.espol.edu.ec">www.indexaedcom.espol.edu.ec</a> donde podrás encontrar las bases del concurso.	6''

6		<p>Los artículos enviados serán evaluados por un jurado conformado por profesionales de gran trayectoria.</p>	6''
7		<p>Podrás ganar cursos de capacitación a nivel local e internacional en el área de tu especialización.</p>	6''
8		<p>Porque detrás de cada docente hay un gran investigador. ¡Participa ahora!</p>	7''
<b>TOTAL</b>			45''

**Anexo 0-3: Indicadores de la Superintendencia de Compañías**

<b>CIU 4: ESTRUCTURA ESQUEMÁTICA POR CLASES (LITERAL + 3 DÍGITOS)</b>	
<b>CIU 4</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>A</b>	<b>AGRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA Y PESCA.</b>
A011	CULTIVO DE PLANTAS NO PERENNES.
A012	CULTIVO DE PLANTAS PERENNES.
A013	PROPAGACIÓN DE PLANTAS.
A014	GANADERÍA.
A015	CULTIVO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN COMBINACIÓN CON LA CRÍA DE ANIMALES (EXPLOTACIÓN MIXTA).
A016	ACTIVIDADES DE APOYO A LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA Y ACTIVIDADES POSCOSECHA.
A017	CAZA ORDINARIA, MEDIANTE TRAMPAS Y ACTIVIDADES DE SERVICIOS CONEXAS.
A021	SILVICULTURA Y OTRAS ACTIVIDADES FORESTALES.
A022	EXTRACCIÓN DE MADERA.
A023	RECOLECCIÓN DE PRODUCTOS FORESTALES DISTINTOS DE LA MADERA.
A024	SERVICIOS DE APOYO A LA SILVICULTURA.
A031	PESCA.
A032	ACUICULTURA.
<b>B</b>	<b>EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS.</b>
B051	EXTRACCIÓN DE CARBÓN DE PIEDRA.
B052	EXTRACCIÓN DE LIGNITO.
B061	EXTRACCIÓN DE PETRÓLEO CRUDO.
B062	EXTRACCIÓN DE GAS NATURAL.
B071	EXTRACCIÓN DE MINERALES DE HIERRO.
B072	EXTRACCIÓN DE MINERALES METALÍFEROS NO FERROSOS.
B081	EXTRACCIÓN DE PIEDRA, ARENA Y ARCILLA.
B089	EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS N.C.P.
B091	ACTIVIDADES DE APOYO PARA LA EXTRACCIÓN DE PETRÓLEO Y GAS NATURAL.
B099	ACTIVIDADES DE APOYO PARA LA EXPLOTACIÓN DE OTRAS MINAS Y CANTERAS.
<b>C</b>	<b>INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.</b>
C101	ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE CARNE.
C102	ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE PESCADOS, CRUSTÁCEOS Y MOLUSCOS.
C103	ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS, LEGUMBRES Y HORTALIZAS.
C104	ELABORACIÓN DE ACEITES Y GRASAS DE ORIGEN VEGETAL Y ANIMAL
C105	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS.

C106	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE MOLINERÍA, ALMIDONES Y PRODUCTOS DERIVADOS DEL ALMIDÓN.
C107	ELABORACIÓN DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS.
C108	ELABORACIÓN DE ALIMENTOS PREPARADOS PARA ANIMALES.
C110	ELABORACIÓN DE BEBIDAS.
C120	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE TABACO.
C131	HILATURA, TEJEDURA Y ACABADOS DE PRODUCTOS TEXTILES.
C139	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES.
C141	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.
C142	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PIEL.
C143	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PUNTO Y GANCHILLO.
C151	CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES.
C152	FABRICACIÓN DE CALZADO.
C161	ASERRADO Y ACEPILLADURA DE MADERA.
C162	FABRICACIÓN DE HOJAS DE MADERA PARA ENCHAPADO Y TABLEROS A BASE DE MADERA.
C170	FABRICACIÓN DE PAPEL Y DE PRODUCTOS DE PAPEL.
C181	IMPRESIÓN Y ACTIVIDADES DE SERVICIOS RELACIONADOS CON LA IMPRESIÓN.
C182	REPRODUCCIÓN DE GRABACIONES.
C191	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE HORNO DE COQUE.
C192	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE LA REFINACIÓN DEL PETRÓLEO.
C201	FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS BÁSICAS, DE ABONOS Y COMPUESTOS DE NITRÓGENO Y DE PLÁSTICOS Y CAUCHO SINTÉTICO EN FORMAS PRIMARIAS.
C202	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS.
C203	FABRICACIÓN DE FIBRAS ARTIFICIALES.
C210	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, SUSTANCIAS QUÍMICAS MEDICINALES Y PRODUCTOS BOTÁNICOS DE USO FARMACÉUTICO.
C221	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO.
C222	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE PLÁSTICO.
C231	FABRICACIÓN DE VIDRIO Y PRODUCTOS DE VIDRIO.
C239	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS MINERALES NO METÁLICOS N.C.P.
C241	INDUSTRIAS BÁSICAS DE HIERRO Y ACERO.
C242	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS PRIMARIOS DE METALES PRECIOSOS Y METALES NO FERROSOS.
C243	FUNDICIÓN DE METALES.
C251	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS PARA USO ESTRUCTURAL, TANQUES, DEPÓSITOS, RECIPIENTES DE METAL Y GENERADORES DE VAPOR.
C252	FABRICACIÓN DE ARMAS Y MUNICIONES.
C259	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, ACTIVIDADES DE TRABAJOS DE METALES.
C261	FABRICACIÓN DE COMPONENTES Y TABLEROS.

C262	FABRICACIÓN DE ORDENADORES Y EQUIPO PERIFÉRICO.
C263	FABRICACIÓN DE EQUIPO DE COMUNICACIONES.
C264	FABRICACIÓN DE APARATOS ELECTRÓNICOS DE CONSUMO.
C265	FABRICACIÓN DE EQUIPOS DE MEDICIÓN, PRUEBA, NAVEGACIÓN, CONTROL Y DE RELOJES.
C266	FABRICACIÓN DE EQUIPO DE IRRADIACIÓN, Y EQUIPO ELECTRÓNICO DE USO MEDICO Y TERAPÉUTICO.
C267	FABRICACIÓN DE INSTRUMENTOS ÓPTICOS Y EQUIPO FOTOGRÁFICOS.
C268	FABRICACIÓN DE SOPORTES MAGNÉTICOS Y ÓPTICOS.
C271	FABRICACIÓN DE MOTORES, GENERADORES, TRANSFORMADORES ELÉCTRICOS Y APARATOS DE DISTRIBUCIÓN Y CONTROL DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA.
C272	FABRICACIÓN DE PILAS, BATERÍAS Y ACUMULADORES.
C273	FABRICACIÓN DE CABLES Y DISPOSITIVOS DE CABLEADO.
C274	FABRICACIÓN DE EQUIPO ELÉCTRICO DE ILUMINACIÓN.
C275	FABRICACIÓN DE APARATOS DE USO DOMÉSTICO.
C279	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE EQUIPO ELÉCTRICO.
C281	FABRICACIÓN DE MOTORES Y TURBINAS, EXCEPTO MOTORES PARA AERONAVES, VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.
C282	FABRICACIÓN DE MAQUINARIA DE USO ESPECIAL.
C291	FABRICACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.
C292	FABRICACIÓN DE CARROCERÍAS PARA VEHÍCULOS.
C293	FABRICACIÓN DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.
C301	CONSTRUCCIÓN DE BUQUES Y OTRAS EMBARCACIONES.
C302	FABRICACIÓN DE LOCOMOTORAS Y MATERIAL RODANTE.
C303	FABRICACIÓN DE AERONAVES Y NAVES ESPACIALES Y MAQUINARIA CONEXA.
C304	FABRICACIÓN DE VEHÍCULOS MILITARES DE COMBATE.
C309	FABRICACIÓN DE EQUIPO DE TRANSPORTE N.C.P.
C310	FABRICACIÓN DE MUEBLES.
C321	FABRICACIÓN DE JOYAS, BISUTERÍA Y ARTÍCULOS CONEXOS.
C322	FABRICACIÓN DE INSTRUMENTOS MUSICALES.
C323	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE DEPORTE.
C324	FABRICACIÓN DE JUEGOS Y JUGUETES.
C325	FABRICACIÓN DE INSTRUMENTOS Y MATERIALES MÉDICOS Y ODONTOLÓGICOS.
C329	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS N.C.P.
C331	REPARACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, MAQUINARIA Y EQUIPO.
C332	INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIALES.
D	SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO.
D351	GENERACIÓN, TRANSMISIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA.
D352	FABRICACIÓN DE GAS; DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES GASEOSOS POR TUBERÍAS.
D353	SUMINISTRO DE VAPOR Y DE AIRE ACONDICIONADO.

E	DISTRIBUCIÓN DE AGUA; ALCANTARILLADO, GESTIÓN DE DESECHOS Y ACTIVIDADES DE SANEAMIENTO.
E360	CAPTACIÓN, TRATAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE AGUA.
E370	EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES.
E381	RECOLECCIÓN DE DESECHOS.
E382	TRATAMIENTO Y ELIMINACIÓN DE DESECHOS.
E383	RECUPERACIÓN DE MATERIALES.
E390	ACTIVIDADES DE SANEAMIENTO Y OTROS SERVICIOS DE GESTIÓN DE DESECHOS.
F	CONSTRUCCIÓN.
F410	CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS.
F421	CONSTRUCCIÓN DE CARRETERAS Y LÍNEAS DE FERROCARRIL.
F422	CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS DE SERVICIOS PÚBLICOS.
F429	CONSTRUCCIÓN DE OTRAS OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
F431	DEMOLICIÓN Y PREPARACIÓN DEL TERRENO.
F432	INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y DE FONTANERÍA.
F433	TERMINACIÓN Y ACABADO DE EDIFICIOS.
F439	OTRAS ACTIVIDADES ESPECIALIZADAS DE CONSTRUCCIÓN.
G	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.
G451	VENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.
G452	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.
G453	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.
G454	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MOTOCICLETAS Y DE SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS.
G461	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA COMISION O POR CONTRATO.
G462	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y ANIMALES VIVOS.
G463	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.
G464	VENTA AL POR MAYOR DE ENSERES DOMÉSTICOS.
G465	VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIAS EQUIPOS Y MATERIALES.
G466	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MAYOR ESPECIALIZADA.
G469	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS NO ESPECIALIZADOS.
G471	VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS.
G472	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.
G473	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.
G474	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIONES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.
G475	VENTA AL POR MENOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.
G476	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES.

G477	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.
G478	VENTA AL POR MENOR DE PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.
G479	VENTA AL POR MENOR NO REALIZADA EN COMERCIOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS.
<b>H</b>	<b>TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO.</b>
H491	TRANSPORTE POR FERROCARRIL.
H492	OTRAS ACTIVIDADES DE TRANSPORTE POR VÍA TERRESTRE.
H493	TRANSPORTE POR TUBERÍAS.
H501	TRANSPORTE MARÍTIMO Y DE CABOTAJE.
H502	TRANSPORTE POR VÍAS DE NAVEGACIÓN INTERIORES.
H511	TRANSPORTE DE PASAJEROS POR VÍA AÉREA.
H512	TRANSPORTE DE CARGA POR VÍA AÉREA.
H521	ALMACENAMIENTO Y DEPÓSITO.
H522	ACTIVIDADES DE APOYO AL TRANSPORTE.
H531	ACTIVIDADES POSTALES Y DE MENSAJERÍA.
H532	ACTIVIDADES DE MENSAJERÍA.
<b>I</b>	<b>ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS.</b>
I551	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS.
I552	ACTIVIDADES DE CAMPAMENTOS, PARQUES DE VEHÍCULOS DE RECREO Y PARQUES DE CARAVANAS.
I559	OTRAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO.
I561	ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS.
I562	SUMINISTRO DE COMIDAS POR ENCARGO Y OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIO DE COMIDAS.
I563	ACTIVIDADES DE SERVICIO DE BEBIDAS.
<b>J</b>	<b>INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.</b>
J581	PUBLICACIÓN DE LIBROS, PERIÓDICOS Y OTRAS ACTIVIDADES DE PUBLICACIÓN.
J582	PUBLICACIÓN DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS.
J591	ACTIVIDADES DE PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS.
J592	ACTIVIDADES DE GRABACIÓN DE SONIDO Y EDICIÓN DE MÚSICA.
J601	TRANSMISIONES DE RADIO.
J602	PROGRAMACIÓN Y TRANSMISIONES DE TELEVISIÓN.
J611	ACTIVIDADES DE TELECOMUNICACIONES ALÁMBRICA.
J612	ACTIVIDADES DE TELECOMUNICACIONES INALÁMBRICAS.
J613	ACTIVIDADES DE TELECOMUNICACIONES POR SATÉLITE.
J619	OTRAS ACTIVIDADES DE TELECOMUNICACIONES.
J620	ACTIVIDADES DE PROGRAMACIÓN INFORMÁTICA Y DE CONSULTORÍA DE INFORMÁTICA Y ACTIVIDADES CONEXAS.
J631	PROCESAMIENTO DE DATOS, HOSPEDAJE Y ACTIVIDADES CONEXAS; PORTALES WEB.
J639	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN.
<b>K</b>	<b>ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS.</b>
K641	INTERMEDIACIÓN MONETARIA.
K642	ACTIVIDADES DE SOCIEDADES DE CARTERA.

K643	FONDOS Y SOCIEDADES DE INVERSIÓN Y ENTIDADES FINANCIERAS SIMILARES.
K649	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS FINANCIEROS, EXCEPTO LAS DE SEGUROS Y FONDOS DE PENSIONES.
K651	SEGUROS.
K652	REASEGUROS.
K653	FONDOS DE PENSIÓN.
K661	ACTIVIDADES AUXILIARES DE LAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS FINANCIEROS, EXCEPTO LAS DE SEGUROS Y FONDOS DE PENSIONES.
K662	ACTIVIDADES AUXILIARES DE SEGUROS Y FONDOS DE PENSIONES.
K663	ACTIVIDADES DE GESTIÓN DE FONDOS.
L	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS.
L681	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS REALIZADAS CON BIENES PROPIOS O ARRENDADOS.
L682	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS REALIZADAS A CAMBIO DE UNA RETRIBUCIÓN O POR CONTRATO.
M	ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS.
M691	ACTIVIDADES JURÍDICAS.
M692	ACTIVIDADES DE CONTABILIDAD, TENEDURÍA DE LIBROS Y AUDITORIA; CONSULTORÍA FISCAL.
M701	ACTIVIDADES DE OFICINAS PRINCIPALES.
M702	ACTIVIDADES DE CONSULTORÍA DE GESTIÓN.
M711	ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA E INGENIERÍA.
M712	ENSAYOS Y ANÁLISIS TÉCNICOS.
M721	INVESTIGACIONES Y DESARROLLO EXPERIMENTAL EN EL CAMPO DE LAS CIENCIAS NATURALES Y LA INGENIERÍA.
M722	INVESTIGACIONES Y DESARROLLO EXPERIMENTAL EN EL CAMPO DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y LAS HUMANIDADES.
M731	PUBLICIDAD.
M732	ESTUDIOS DE MERCADO Y ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA.
M741	ACTIVIDADES ESPECIALIZADAS DE DISEÑO.
M742	ACTIVIDADES DE FOTOGRAFÍA.
M749	OTRAS ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS N.C.P.
M750	ACTIVIDADES VETERINARIAS.
N	ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO.
N771	ALQUILER DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.
N772	ALQUILER DE ARTÍCULOS DE USO DOMÉSTICO.
N773	ALQUILER DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA, EQUIPO Y BIENES TANGIBLES.
N774	ARRENDAMIENTO DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y PRODUCTOS SIMILARES.
N781	ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE EMPLEO.
N782	ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE EMPLEO TEMPORAL.
N783	OTRAS ACTIVIDADES DE DOTACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

N791	ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES TURÍSTICOS.
N799	OTROS SERVICIOS DE RESERVAS Y ACTIVIDADES CONEXAS.
N801	ACTIVIDADES DE SEGURIDAD PRIVADA.
N802	ACTIVIDADES DE SERVICIOS DE SISTEMAS DE SEGURIDAD.
N803	ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN.
N811	ACTIVIDADES COMBINADAS DE APOYO A INSTALACIONES.
N812	ACTIVIDADES DE LIMPIEZA.
N813	ACTIVIDADES DE PAISAJISMO Y SERVICIOS DE MANTENIMIENTO CONEXOS.
N821	ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y DE APOYO DE OFICINA.
N822	ACTIVIDADES DE CENTROS DE LLAMADAS.
N823	ORGANIZACIÓN DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES COMERCIALES.
N829	ACTIVIDADES DE SERVICIOS DE APOYO A LAS EMPRESAS N.C.P.
O	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA.
O841	ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO Y APLICACIÓN DE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL DE LA COMUNIDAD.
O842	PRESTACIÓN DE SERVICIOS A LA COMUNIDAD EN GENERAL.
O843	ACTIVIDADES DE PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL.
P	ENSEÑANZA.
P851	ENSEÑANZA PREPRIMARIA Y PRIMARIA.
P852	ENSEÑANZA SECUNDARIA.
P853	ENSEÑANZA SUPERIOR.
P854	OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA.
P855	ACTIVIDADES DE APOYO A LA ENSEÑANZA.
Q	ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA Y DE ASISTENCIA SOCIAL.
Q861	ACTIVIDADES DE HOSPITALES.
Q862	ACTIVIDADES DE MÉDICOS Y ODONTÓLOGOS.
Q869	OTRAS ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA.
Q871	ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE ENFERMERÍA EN INSTITUCIONES.
Q872	ACTIVIDADES DE ATENCIÓN EN INSTITUCIONES PARA PERSONAS CON RETRASO MENTAL, ENFERMOS MENTALES Y TOXICÓMANOS.
Q873	ACTIVIDADES DE ATENCIÓN EN INSTITUCIONES PARA PERSONAS DE EDAD Y PERSONAS CON DISCAPACIDAD.
Q879	OTRAS ACTIVIDADES DE ATENCIÓN EN INSTITUCIONES.
Q881	ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL.
Q889	OTRAS ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL SIN ALOJAMIENTO.
R	ARTES, ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN.
R900	ACTIVIDADES DE ARTE Y ENTRETENIMIENTO Y CREATIVIDAD.
R910	ACTIVIDADES DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS, MUSEOS Y OTRAS ACTIVIDADES CULTURALES.
R920	ACTIVIDADES DE JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS.

R931	ACTIVIDADES DEPORTIVAS.
R932	OTRAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y RECREATIVAS.
S	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS.
S941	ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES, PROFESIONALES Y DE EMPLEADORES.
S942	ACTIVIDADES DE SINDICATOS.
S949	ACTIVIDADES DE OTRAS ASOCIACIONES.
S951	REPARACIÓN DE COMPUTADORAS Y EQUIPO DE COMUNICACIONES.
S952	REPARACIÓN DE EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMÉSTICOS.
S960	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS PERSONALES.
T	ACTIVIDADES DE LOS HOGARES COMO EMPLEADORES; ACTIVIDADES NO DIFERENCIADAS DE LOS HOGARES COMO PRODUCTORES DE BIENES Y SERVICIOS PARA USO PROPIO.
T970	ACTIVIDADES DE LOS HOGARES COMO EMPLEADORES DE PERSONAL DOMÉSTICO.
T981	ACTIVIDADES NO DIFERENCIADAS DE LOS HOGARES COMO PRODUCTORES DE BIENES Y SERVICIOS PARA USO PROPIO.
T982	ACTIVIDADES NO DIFERENCIADAS DE LOS HOGARES COMO PRODUCTORES DE SERVICIOS PARA USO PROPIO.
U	ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES Y ÓRGANOS EXTRATERRITORIALES.
U990	ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES Y ÓRGANOS EXTRATERRITORIALES.
FUENTE: Superintendencia de Compañías, Intendencia Nacional de Tecnología de Información y Comunicaciones.	
ELABORACIÓN: Intendencia Nacional de Gestión Estratégica, Dirección de Investigación y Estudios.	

**Anexo 0-4: Margen de Comercialización para el Área de  
Comunicación**

<b>ESTRUCTURA ESQUEMÁTICA POR CLASES</b>	<b>MARGEN NETO</b>
	<b>PROMEDIO</b>
J581	0,1329
J582	0,1206
J591	0,1327
J592	0,0922
J601	0,1050
J602	0,0769
J611	0,1012
J612	0,1168
J613	0,2063
J619	0,0768
J620	0,1245
J631	0,0999
J639	0,1200